

**Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Мішкольцький університет, Угорщина
Магдебурзький університет, Німеччина
Московський інститут сталі та сплавів, Росія
Ставропольський державний університет, Росія**

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково–практичної конференції

«ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО– ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ»

26–27 жовтня 2011 р.

Харків, 2011

Секція № 1. МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ, РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ, ПОДАТКОВА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Т.В. АНДРЯКОВА, П.В. БРИНЬ, канд. екон. наук, НТУ «ХПИ» (г. Харків)

ВЫБОР СТРАТЕГИИ АУТСОРСИНГА

Современный бизнес подразумевает высокие требования к качеству продуктов, постоянное расширение и повышение эффективности операционной деятельности, что требует более глубокой фокусировки на основных бизнес-процессах компании. Возможным решением этой задачи является передача на аутсорсинг непрофильных видов деятельности. Однако, при отсутствии тщательного планирования и согласованности со стратегическим планом компании, последствия передачи внутренних сервисов на аутсорсинг внешнему поставщику, могут создать эффект «бомбы» и подорвать фирму изнутри, приводя в итоге к полной парализации деятельности компании, финансовым и временным потерям как клиента, так и аутсорсера.

Выбор стратегии аутсорсинга осуществляется в пять этапов, определяющих стратегию использования ресурсов на предприятии:

1. Формулирование стратегических целей;
2. Оценка внутренних ресурсов;
3. Оценка рынка товаров/услуг;
4. Выбор модели использования ресурсов;
5. Разработка процессов управления.

Стратегические цели зависят от общей бизнес-стратегии компании и определяются в процессе ее разработки. Основная задача этого этапа – определить функции, передача которых на обслуживание и в управление внешнему поставщику возможна. Функции разделяют на две группы:

1. критичные для бизнеса (следует оставить внутри);
2. рутинные (не создающие добавленной стоимости, «кандидаты» на передачу внешним поставщикам).

В ходе оценки внутренних ресурсов анализируются эффективность предоставления услуг компанией и расходы на поддержку различных функций.

Далее анализируется рынок аутсорсинга – эффективность, качество, стоимость услуг. По результатам первых трех этапов принимается решение о покупке тех или иных услуг путем аутсорсинга.

На четвертом этапе выбирается одна из моделей управления ресурсами. Существует несколько основных моделей оказания аутсорсинговых услуг. Они отражают разные уровни взаимодействия поставщиков и заказчиков услуг аутсорсинга – от инсорсинга (выделение собственной службы в отдельную фирму) и совместного предприятия (выделение в отдельную компанию подразделения) и до полного аутсорсинга (полная передача функций / задач).

Успех стратегии аутсорсинга обеспечен, если: достигнуто двустороннее сотрудничество между компанией и аутсорсером; четко определены нормы и стандарты производительности; проведена комплексная проверка и выбор возможных партнеров; проведена внутренняя подготовка перед участием в проекте; учтена полная стоимость проекта.

Таким образом, предложенная последовательность осуществления выбора стратегии аутсорсинга в наибольшей степени соответствует задачам разработки эффективной стратегии аутсорсинга, полностью отвечающей стратегическим целям компании.

Т.В БАБЕКІНА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

СУТНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Довгий час управління якістю зводилося до контролю якості продукції і відносилося до інженерно-технічних питань, у той час як проблематика загального менеджменту мала яскраво виражений організаційний характер із соціально-психологічним відтінком.

Активно розвиваючись, концепції управління якістю почали запозичати елементи загального менеджменту, що стосуються організаційних питань забезпечення якості.

Якість – поняття багатогранне, забезпечення її вимагає об'єднання творчого потенціалу і практичного досвіду багатьох фахівців. Проблема підвищення якості може бути вирішена тільки при спільних зусиллях держави, місцевих органів управління, керівників і членів трудових колективів підприємств. Важли-

ву роль у вирішенні цієї проблеми грають споживачі, що диктують свої вимоги і запити виробникам товарів і послуг.

Управління якістю є спеціалізованим видом управлінської діяльності, і представляє з себе систему до якої належить управління персоналом, фінансами, якістю, проектами, інноваціями, маркетингом і ін.

Для досягнення кожної з поставлених цілей розробляється комплекс заходів впливу на виконавців і через них – на засоби виробництва.

Поліпшення якості продукції – найважливіший напрямок інтенсивного розвитку економіки, джерело економічного зростання, ефективності суспільного виробництва. У цих умовах зростає значення комплексного управління якістю продукції й ефективністю виробництва.

За даними Реєстру Системи УкрСЕПРО на початок 2011 року чинними є 3462 сертифікатів, які видані вітчизняним підприємствам, що сертифікували систему управління якістю, у тому числі 103 сертифікати на систему екологічного управління.

Системи управління якістю, що діють на різних підприємствах, індивідуальні і повинні відповідати вимогам стандарту ДСТУ ISO 9001:2009.

І.Ю. ГРИШАНОВА, О.Ю. ЛІНЬКОВА, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

СИСТЕМА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Світова фінансова криза (2008–2009 рр.) виявила безліч недоліків банківського менеджменту та регулюванні банківської діяльності в Україні. Наразі не розроблено ефективного, діючого механізму антикризового управління банківською діяльністю, орієнтованого на прогнозування, подолання, обмеження поширення кризи в банківській системі. У зв'язку з цим, завдання забезпечення ефективного та стійкого розвитку банківської системи на сьогодні набуває особливої актуальності.

Проблемам економічної кризи в Україні й антикризовому управлінні в банківському секторі економіки присвячені роботи таких вітчизняних учених, як Р.А. Павлов, І. Кравченко та Г. Багратян, В. Міщенко та А. Сомик, О. Білорус, О. Крухмаль, І. Скоропад та ін.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування сутності антикризового управління, виявлення причин та факторів, які мають негативний вплив на банківський сектор та розробка практичних рекомендацій щодо виходу банків із кризою.

Банківські кризи – це невід’ємна риса ринкової економіки. Вони супроводжують процес поступового розвитку суспільства. В умовах похилої рівноваги ринкової економіки, що розвивається, будь-які потрясіння в банківській сфері призводять до паралізації платіжної системи, коливань курсу національної валюти, викликають загострення політичних обставин.

У найзагальнішому вигляді під антикризовим управлінням варто розглядати таке управління, яке буде запобігати або пом’якшувати кризові ситуації. Щодо такого тлумачення суті антикризового управління запропоновано диференціювати такі підвиди: передкризове управління, управління в умовах кризи, управління процесами виходу з кризи.

Враховуючи тенденції збільшення економічної та політичної нестабільності на національному, регіональному і глобальному рівнях, а також проблему банківської кризи у світовому масштабі, необхідно виробити системний підхід до побудови рівноважної стратегії щодо управління банківською кризою. Антикризове управління банківським сектором національної економіки, мають здійснювати законодавчі, виконавчі та контролюючі органи влади. За високоризикових умов та зростання впливу факторів, які сприяють розвитку банківських криз, у вітчизняних комерційних банках все більш необхідним стає впровадження системи антикризового менеджменту, що має включати превентивне, реагуюче та стабілізаційне антикризове управління. Система антикризового управління володіє властивостями, які надають особливий механізм управлінню: гнучкість і адаптивність, здатність до диверсифікації та своєчасного ситуаційного реагування, а також можливості ефективно використовувати потенціал банківської установи та неформальні методи управління.

Л.В. ЕЛЬНИКОВА, П.В. БРИНЬ, канд. екон. наук, НТУ «ХПИ» (г. Харків)

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Управление процессами и принятие решений по их изменению зависят от информации о текущем состоянии и о его динамике развития. Оценка бизнес-

процессов дает информацию насколько хорошо данный процесс спроектирован и каковы его результаты и эффективность. Наличие необходимой и достоверной информации дает возможность рассмотреть новые пути его развития и/или оптимизации. Ведь «нельзя управлять тем, что нельзя измерить».

Традиционная система финансовых показателей, основанная на прибылях и убытках, не может полностью описать существующую ситуацию в компании.

Из видов показателей, используемых для оценки бизнес-процессов, выделяют финансовые и нефинансовых показатели. Проблемы возникают, если одну из категорий не применяют при оценке эффективности. Поэтому применять их следует в комбинации.

Существует немалое количество методик, которые позволяют оценить эффективность работы компании. И многие из них пытаются связать воедино измерение и финансовых, и нефинансовых показателей. К таким методикам относятся: методики Tableau of bord и BSC (Balanced Scorecard). Обе методики предполагают построение иерархической системы показателей, что позволяет получить максимально качественные результаты измерения.

Отличие состоит в том, что в первом варианте на нижнем уровне нефинансовые показатели, которые к вершине преобразуются в финансовые. А во втором то, что деятельность компании делиться на четыре направления, и также устанавливаются причинно-следственные связи между показателями эффективности и стратегическими целями компании.

Следует отметить, что универсальной методики оценки нет. Компании могут использовать существующие, но в большинстве случаев они разрабатывают свою, но с учетом уже известных.

О.В. ЗАМУЛА, НТУ «ХП» (м. Харків)

РОЛЬ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Поняття економічного потенціалу підприємства має першочергове значення в реалізації його місії та стратегічних планів і характеризує можливості, притаманні цьому виду соціально-економічних систем. Враховуючи різні підходи до визначення сутності досліджуваного поняття, можна виділити спільні риси: по-перше, потенціал – це здатність досягати цілі господарюючими

суб'єктами; по-друге, обов'язковість використання ресурсів у його формуванні; по-третє, потенціал можна оцінити за станом і структурою активів. На стан економічного потенціалу підприємств здійснюють значний вплив системи більш високого рівня, елементи вертикальної ієрархії структури світового господарства. І чим вищий економічний потенціал регіону чи галузі, тим вищий потенціал окремого суб'єкта економічних відносин.

На сьогоднішній день найменш дослідженою залишається область, що охоплює поняття, пов'язані із застосуванням підприємствами нематеріальних ресурсів, їх роллю у формуванні потенціалу. Можна узагальнити наступні принципи у формування нематеріальних ресурсів підприємства як елемента його соціально-економічного потенціалу: здійснення прогнозування та аналізу перспектив формування інформаційно-знаннєвого потенціалу підприємства у відповідності до цілей, забезпечення оптимальної структури і обсягів нематеріальних ресурсів для оптимізації і гармонізації інвестиційних процесів, заохочення до мінімізації витрат з формування інформаційно-знаннєвого потенціалу, забезпечення ефективнішого використання нематеріальних ресурсів у виробничо-інвестиційній діяльності, здійснення синхронного розвитку соціальної та інформаційно-знаннєвої складових потенціалу, ведення належного обліку руху нематеріальних ресурсів.

І.А. КАБАНЕЦЬ, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВПРОВАДЖЕННІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Детальний розгляд проблеми управління виробництвом підприємства при впровадженні інноваційних проектів, вимагає уточнення формулювання цього поняття, під яким розуміється сукупність інноваційних перетворень, що забезпечують стійку конкурентоспроможність підприємства протягом життєвого циклу продукції, що випускається.

Метою доповіді є аналіз особливостей управління процесом реалізації інноваційних проектів, що впроваджуються в організаційну й виробничо-економічну підсистему підприємства.

Досить коректним буде порівняння системи управління процесом реалізації інноваційних проектів із процесом управління освоєнням складних високотехнологічних нових виробів, освоєння яких дуже часто є для підприємства

конкретною інновацією. І в цьому, і в іншому випадку ці процеси в силу розглянутих вище причин стохастичні, в обох випадках на підприємствах простежується тенденція до певного стереотипу «жорсткого» управління, незважаючи на очевидну необхідність нестандартних підходів до вирішення виникаючих у процесі інноваційних перетворень завдань.

В роботі доводиться, що «жорсткість» управління на такій основі вступає в певне протиріччя з вимогою гнучкості й екіфіціальності керуючої системи як безперервної умови її ефективності.

Існує й інша, не зв'язана тільки з техніко-економічними показниками або з нерациональним розподілом і використанням ресурсів, сторона питання, на яку звичайно мало акцентується уваги. Вона характеризується, насамперед, помітним зниженням ефективності управління виробництвом підприємств, які до включення у свої плани завдань по реалізації інноваційних проектів працювали ритмічно, маючи непогані показники.

Усе це говорить про те, що дане питання для українських підприємств переростає в серйозну наукову й практичну проблему, оскільки однією з найбільш актуальних завдань є негайне освоєння всього передового, що створює наукова й інженерна думка.

А. КАРНАУШЕНКО, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ПРОБЛЕМИ ІНОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В ГАЛУЗІ ЕНЕРГЕТИЧНОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

Для вітчизняної економіки інновації та інноваційний розвиток є рушійною силою, яка спроможна забезпечити економічну незалежність України, подолати розрив з розвиненими державами.

Розвиток енергетичного машинобудівного комплексу є одним з визначальних напрямів оздоровлення національної економіки, бо продукція галузі спрямована на задоволення потреб в обладнанні електроенергетики, яка є кровоносною системою будь-якої економіки.

Інноваційну діяльність вітчизняних підприємств стримують такі чинники, як недостатнє інвестування, відсутність механізмів об'єднання наявних ресурсів, їх концентрації на найбільш значних та перспективних напрямках розвитку та чіткої інноваційної політики на державному рівні.

Основними проблемами, з якими стикається енергетичне машинобудування на шляху до інноваційного розвитку є недосконала структура галузі, орієнтація на вирішення оперативних проблем, відсутність чіткої картини стратегічного розвитку галузі та недостатнє інвестування.

Формування механізму забезпечення інноваційної діяльності підприємств країни повинно здійснюватись в комплексі національної інноваційної системи створення високотехнологічних виробництв і промислового освоєння результатів науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт.

Найважливішою умовою інноваційного розвитку галузі є ідентифікація пріоритетів на державному рівні, що створить чітку структуру цілей та можливостей в галузі, що полегшить прийняття управлінських рішень, виокремить перспективні напрямки розвитку інновацій в машинобудуванні, які потребують інвестицій, що сприятиме динамічному розвитку галузі та підвищенню конкурентоспроможності.

І.О. КЛЮЧКО, канд. екон. наук, НТУ «ХП» (м. Харків)

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення економічної безпеки підприємств є однією з актуальних проблем сучасної економічної науки. Аналіз науково-теоретичних і прикладних робіт у цій галузі доводить, що в них приділяється недостатньо уваги управлінню економічною безпекою розвитку підприємства. Тому, розробку механізму управління економічною безпекою розвитку підприємства слід здійснювати на основі розробленої концепції, що припускає вбудовування компонентів управління економічною безпекою в систему стратегічного та оперативного управління.

Так, наприклад, для забезпечення безпеки логістичних процесів на підприємстві слід запропонувати використання інтегрованого критерію оцінки стійкості руху матеріальних та супутніх потоків, введення якого дозволить підвищити рівень організації виробництва, створити систему регулювання поточкових процесів, реалізувати комплекс заходів, спрямованих на підтримку надійності логістичної системи та звести ймовірність виникнення загроз безпеки роботи до мінімуму. При цьому підґрунтя для підтримки достатнього рівня економічної

безпеки складатиме раціональна політика вибору постачальників та нормалізація наступної взаємодії з ними. Таку політику пропонується ґрунтувати на аналізі важливості передбачуваних закупівель, визначенні рівня можливих загроз для характеристик виробленої продукції й виробничих витрат, особливостях зон стратегічних ресурсів, можливості встановлення партнерських відносин з постачальниками й управління якістю поставок ресурсів. Також передбачена можливість накладення критерію безпеки на взаємини зі споживачами.

О.В. КОРЕЦЬКА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ВИЗНАЧЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ

У роботі проведено дослідження сутності поняття «валютний ризик» та наведені основні його види. Також наведено обґрунтування необхідності управління валютними ризиками.

У світі не існує єдиної грошової одиниці в якій би виражались всі грошові операції, тому в різних країнах вони виражаються у різних валютах. В зв'язку з цим для проведення розрахунків між національними грошовими одиницями країн встановлюється відношення, яке називається валютним курсом. Нестабільність, коливання валютних курсів і є причиною валютних ризиків.

Під валютним ризиком розуміють ризик потенційних збитків від зміни валютних курсів. Розрізняють операційний, трансляційний та економічний валютні ризики. В економічній літературі не існує загальновизнаних визначень цих типів ризиків, особливо це стосується економічного валютного ризику.

Операційний валютний ризик визначають як можливість неотримання прибутку в результаті впливу зміни валютного курсу на грошові потоки.

Трансляційний валютний ризик виникає у разі невідповідності між активами та пасивами, вираженими у різних іноземних валютах.

Економічний валютний ризик визначають як можливість несприятливого впливу зміни валютного курсу на економічний стан організації.

Неврахування валютних ризиків може призвести до значних збитків.

Управління валютними ризиками значно знижує рівень ризикованості валютних операцій. Одного найбільш ефективного методу не існує, в різних випадках використовуються різні способи. Управління, ґрунтоване на достовірній

інформації та ретельному аналізі, є частковою, а іноді й повною гарантією захисту від валютних ризиків.

А.С. КРАТЧЕНКО, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ДІАГНОСТИКА СТАНУ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРЕШКОД НА ШЛЯХУ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ

Сучасний стан українського машинобудування можна розглядати двояко: з одного боку, воно виступає провідною ланкою промисловості, у якій зосереджено понад 15% вартості основних засобів і 6% оборотних активів, яке слугує її системоутворюючим важелем, адже представлене 17 галузями, що об'єднують різні сфери промисловості, забезпечує понад 12% ВВП, щороку зростає у середньому на 5,96 млрд. грн. З іншого боку, через неоднорідність структури, функціонування та розвитку його галузей, спричинене рівнем конкурентоспроможності, неплатоспроможним попитом, незадовільним фінансовим станом, машинобудування стає на заваді ефективного економічного розвитку країни та позиціонування України як індустріальної держави.

Також слід зауважити, що на шляху розвитку українського машинобудування постала низка перешкод, зокрема, повільне введення нових основних фондів, у зв'язку з чим спостерігається падіння обсягів реалізованої продукції у основних галузях, значна залежність від імпорту більш конкурентоспроможної продукції, витіснення вітчизняних виробників з внутрішнього та скорочення їх частки на світовому ринку через нездатність швидко адаптуватись до змін світової кон'юнктури, недостатнє інвестування в основний капітал та інноваційну діяльність, неналежна підтримка державного апарату, поглиблення науково-технологічного відставання виробництва від світових лідерів, використання затратних технологій.

Таким чином, розглядаючи машинобудування України як один із пріоритетних видів промислової діяльності, необхідно відзначити, що, незважаючи на позитивні тенденції та широкі перспективи розвитку, машинобудівні підприємства досі не мають гарантовано стабільного росту у зв'язку з існуванням низки перешкод та неоднорідністю стану його галузей.

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ НЕРУХОМОСТІ, ЇЇ РОЗВИТОК

За роки проведення податкових реформ в Україні вже накопичено достатньо похідного первинного матеріалу для аналізу діючої податкової системи, щоб визначити, які принципи із визнаних світовою практикою покласти у основу української податкової системи та які податки, що відповідають цим принципам, повинні стягуватися в Україні.

Одним з найбільш складних та значимих етапів у процесі підготовки податку на нерухомість є формування податкової бази та її оцінка. Враховуючи, що у світовій практиці застосовується три основних підходу до оцінки об'єктів нерухомості (метод порівняння продажів, затратних та доходний методи), робота має вестися у напрямку вибору з них найбільш придатного.

Організація оподаткування нерухомості являє собою у певному сенсі структуру, призначення якої – визначення бази оподаткування, встановлення ставки податку, порядок стягування податку. У межах цієї структури податок має ясно та чітко розмежувати відповідальність за оцінку майна, за визначення загальної суми майнового податку, який має бути сплаченим з окремого об'єкту нерухомості, та за саме стягування податку.

У своїй основі податком на нерухомість обкладається об'єкт нерухомості не залежно від того, хто є його власником, а земля та споруди на ній розглядаються як єдиний об'єкт оподаткування.

Основою системи оподаткування нерухомості виступає фіскальний кадастр або реєстр вартості об'єктів нерухомості. Ефективність оподаткування залежить від того, наскільки точно та чітко ведеться кадастр, справедливо оцінені об'єкти нерухомості. Кадастр має складатися професійно та не залежати від політичної кон'юнктури.

Основою фіскального кадастру є реєстр нерухомості, який являє собою сукупність технічних, економічних та юридичних характеристик усіх об'єктів нерухомості, у тому числі по об'єктах, у відношенні до яких передбачено податкові пільги.

Метод порівняльного аналізу продаж базується на прямому порівнянні об'єкта нерухомості, що оцінюється з об'єктами, які були продані чи виставлені

на продаж. Цей метод використовується у якості доказу вартості аналогічних об'єктів на ринку нерухомості.

Основним принципом, що лежить у основі доходного методу, є те, що вартість об'єкта нерухомості, у яку вкладено капітал, відображає якість та кількість очікуваного доходу протягом всього терміну служби. Метод найбільш придатний для тих видів майна, які частіше за все купуються з метою отримання доходу.

Затратний метод базується на тому, що вартість існуючого об'єкта нерухомості дорівнює вартості землі плюс затрати на будівництво споруди за вирахуванням зносу. Найчастіше затратний метод використовується при техніко-економічному аналізі нового будівництва, виборі варіанту найкращого та найінтенсивнішого використання землі, оцінки будівель та споруд спеціального призначення.

Ю.В. КУЛЬБИТ, ХНЕУ (м. Харків)

АНАЛІЗ МЕТОДІВ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В КОРПОРАТИВНОМУ УПРАВЛІННІ

Проблема прийняття рішень в корпоративному управлінні, зазвичай, стоїть перед прийняттям рішень в складних умовах вирішення одного з двох завдань: завдань аналізу або синтезу. Аналіз передбачає виявлення різних особливостей наслідків даного рішення за тих або інших умов його застосування. Завдання синтезу полягає в прийнятті такого рішення, яке гарантує при певних умовах наявності деяких особливостей виконання зазначених умов. Вирішення обох завдань спирається на оцінку якості рішення, завдяки якій можна зрозуміти, що одне рішення є кращим, а інше гіршим, й наскільки.

Критерії якості, що являють собою кількісні показники, виконують функції міри якості рішень. Таким чином метою статі є розглянути основні засоби, що використовуються в сучасній теорії прийняття рішень за умовами існування багатьох критеріїв якості.

Зробивши огляд наукової літератури науковці наголошують, що системний аналіз – практична прикладна дисципліна. У її рамках цілі невіддільні від засобів їх досягнення. Те, що є метою, з однієї точки зору, може бути засобом – з іншої, тим, що доцільно зробити (часто залежить від того, що можливо зроби-

ти). Мета системи – головний необхідний результат функціонування системи в змістовному уявленні. Мета системи математично подається цільовою функцією. Цільова функція є узагальнений функціональний критерій оцінки (пошуку) оптимальної якості системи через її параметри.

Таким чином, були розглянуті основні прийоми, використовувані при рішенні багатокритеріальних задач. Це – згортки часткових критеріїв, схеми компромісів й підходи до звуження області Парето, в тому числі цільове програмування.

Н.О. КУРЯТНИК, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КРИТЕРІЇВ В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

В умовах функціонування сучасного підприємства перед керівником будь-якого рівня стоїть задача прийняття ефективного управлінського рішення. Оскільки прийняття рішення характеризується вибором однієї альтернативи з усієї їх множини, що можуть бути генеровані в процесі прийняття рішення, постає питання формування критеріїв, за допомогою яких буде обрана найбільш доцільна до реалізації альтернатива. Причому актуальним є питання не лише формування критерію, але й його оцінки для кожної з альтернатив.

З урахуванням багатокомпонентності сучасного економічного середовища актуалізується проблема розробки системи критеріїв, кількість яких зростає прямо пропорційно складності управлінського рішення. Ще однією проблемою є і узгодження критеріїв між собою, оскільки здебільшого підвищення ефективності рішення за одним параметром одночасно знижує його ефективність за іншим.

Як свідчить практика, здебільшого критерії формуються ОПР (особою, що приймає рішення) на основі її власного досвіду. При цьому слід враховувати залежність вибору критеріїв від мети оцінювання, оскільки відповідно до мети можуть бути застосовані різні критерії чи групи критеріїв, що, в свою чергу, впливає на вибір методу чи моделі прийняття управлінського рішення.

В роботі були проаналізовані теоретичні підходи до формування критеріїв, що запропоновані у світовій та вітчизняній економічній літературі, досліджені особливості їх формування в процесі прийняття управлінського рішення на підприємствах України, зокрема, підприємствах електроенергетичної галузі.

О.Ю. ЛИНЬКОВА, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Вступ. Основою промислової сили економіки будь-якої країни є машинобудування, бо саме воно створює знаряддя виробництва для всіх галузей (металургія, текстильна промисловість, транспорт, зв'язок та інші галузі). Дослідженням проблем, пов'язаних із розвитком машинобудування, займається багато вітчизняних та закордонних вчених. Але актуальним залишається питання розвитку вітчизняних підприємств машинобудування в умовах інтеграції економіки України в світовий простір.

Постановка задачі. Метою дослідження є вивчення проблем підприємств машинобудування. Завдання публікації – розробка системи заходів комплексного вирішення проблем підприємств машинобудування.

Методологія. Головними проблемами підприємств машинобудування є: катастрофічне старіння основних фондів; низька інноваційна складова в структурі продукції, яку випускають підприємства машинобудування; низька конкурентоспроможність товарів машинобудування; дефіцит кваліфікованих кадрів. Досвід вирішення зазначених проблем в розвинутих країнах (США, Японія, Китай, Німеччина) свідчить про необхідність використання комплексного підходу та активної участі держави (створення інфраструктури, програм державного фінансування, реформування освітянських програм підготовки та перепідготовки кадрів).

Результати дослідження. Дослідження проблем підприємств машинобудування в Україні підкреслює необхідність комплексного підходу до їх вирішення.

Висновки. Основні заходи розвитку підприємств машинобудування створення: міжгалузевих комплексів; інфраструктури підтримки експорту; правове врегулювання питань інноваційного розвитку та оподаткування.

И.Н. ЛУГОВАЯ, Е.Ю. ЛИНЬКОВА, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ» (г. Харків)

ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ

Согласно теории длинных волн Н. Кондратьева, социально-экономическое развитие Украинских предприятий находится между III и VI технологическим укладом. В это же время, все развитые страны мира нахо-

дятся на V уровне, что предполагает развитие микроэлектроники, информатики, биотехнологий, генной инженерии, новых видов энергетики, освоение космоса.

Ныне доля нашей страны в мировом объеме торговли наукоемкой продукцией составляет всего лишь 0,1 процента.

Украина имеет преимущество в том, что научный потенциал страны находится еще на довольно высоком уровне. Это способствует созданию новаций и материально-технической базы, которые можно лицензировать.

Также, если учитывать перспективы стратегического развития Украины, в ближайшие годы страна готовится к вступлению в зону ЕС. Следовательно, необходимо проводить качественные изменения в жизни, — экономике, привычках украинцев. Аспектами Брюссельского договора являются такие тенденции, как: экономия, энергосбережение, рациональность использования ограниченной базы ресурсов, эффективное использование возобновляемых природных источников энергии (солнце, ветер).

Следовательно, инновации имеют важнейшее преимущество как в бизнесе, так и в жизни человечества. Украинской экономике нужна наука высокого уровня, которая обеспечит создание новых разработок, система рыночной апробации и отбора наиболее экономически эффективных разработок, а также механизмы организации новых производств на их основе. Результатом является прибыль, покрывающая все расходы на создание и внедрение инноваций. При этом прибыль получается не за счет торговли сырьем и продуктами его первичной переработки, не в результате спекуляций готовыми товарами, недвижимостью или землей, а за счет вывода на рынок новых продуктов и технологий.

О.И. ОЛЬХОВСКАЯ, А.В. СЕРИКОВ, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ИНВЕСТИЦИЙ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА В ГЕЛИОЭНЕРГЕТИКЕ

В современном мире, когда характерным является спад экономики, и Украина здесь не является исключением, в экономической политике государства и в стратегиях крупных фирм, формируются тенденции, направленные на активизацию и стимулирование развития инновационных проектов и объектов. Происходит постепенная интеграция ряда наукоемких производств, например,

альтернативной энергетики, в глобальное техническое пространство. В анализе хозяйственной деятельности мы всегда учитываем ограниченность природных ресурсов, а уровень их потребления по отношению к возможностям их восстановления и запасам не рассматриваем в числе определяющих параметров человеческой деятельности.

Управление эффективностью инноваций распадается на две задачи: (1) управление функциональной эффективностью, (2) управление экономической эффективностью. Программа управления инновацией определяет что, когда, кем и за счет каких ресурсов будет сделано по созданию и управлению инновацией. Разработка программы обычно предполагает осуществление следующих мероприятий: определение целей и задач; проработка различных вариантов их решения; выбор варианта и разработка комплексной программы его реализации; создание механизма реализации комплексной программы, т.е. назначить конкретных исполнителей, определить их права и обязанности, выделить участки работы и т.п. Применяя метод сетевого планирования для управления инновациями в гелиотехнике, можно: улучшить планирование, обеспечив его целостность и непрерывность и создать условия для оптимального определения требуемых ресурсов и рационального распределения уже имеющихся; минимизировать финансирование работ ввиду более точного расчета трудоемкости и себестоимости работ; оптимизировать структуру системы управления путем четкого распределения задач, прав и обязанностей; организовать координацию и контроль над ходом работ, а также оценку выполнения программы.

О.Д. ПОДГОРНАЯ, В.А. СОКОЛЕНКО, канд. экон. наук, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СТАДИИ КРИЗИСНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Антикризисное управление представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации комплекса специальных управленческих решений, направленных на предупреждение и преодоление финансовых кризисов предприятия, а также минимизацию их негативных финансовых последствий.

Исходя из этого, можно выделить следующие формы антикризисного управления в зависимости от стадии кризисного развития предприятия:

1. Антикризисное управление в период стабильного развития, являющееся инструментом текущего управления.

Цель данной формы управления – мониторинг и анализ отклонений от намеченного развития предприятия, ранняя идентификация возможности возникновения кризисных ситуаций, а также анализ влияющих на предприятие факторов.

Антикризисные методы, используемые руководством предприятия на данном этапе, будут направлены на повышение стабильности предприятия и эффективности его работы. Их можно условно разделить на две части:

- методы, используемые для повышения эффективности производства и реализации продукции, а также управления предприятием;
- методы диагностики состояния предприятия и анализа отклонений.

2. Управление в период нестабильности производства охватывает управление предприятием в условно стабильном и нестабильном состоянии. Если первый тип управления характеризуется небольшим спадом производства, падением доходности, то второй тип – управлением в условиях убыточности. Основная цель антикризисного управления на данном этапе – возврат предприятия к стабильному состоянию. Руководство использует методы финансовой стабилизации, уменьшения издержек, методы по стимулированию персонала предприятия.

3. Управление в период кризисного состояния – управление предприятием в условиях неплатежеспособности. Это является основным отличием от управления в период нестабильности. Основная цель – не допустить банкротства. На данном этапе могут быть использованы такие методы, как реструктуризация или досудебная санация.

4. Управление в условиях процедур банкротства является, по сути, исполнением процедур банкротства и проводится назначаемым управляющим.

Основная особенность антикризисного управления проявляется в возможности, используя методы антикризисного управления, не столько нормализовать сложившуюся кризисную ситуацию, сколько придать предприятию импульс к дальнейшему развитию.

АГЕНТСЬКА ПРОБЛЕМА В УМОВАХ УКРАЇНИ

Відокремлення власності від управління виділило дві основні групи впливу на діяльність організації: власників і агентів. Інтереси цих груп не ідентичні, і в деяких ситуаціях можуть вступити в конфлікт. Цей конфлікт у світовій практиці отримав назву агентської проблеми, прояви якої полягають у веденні неадекватних фінансових потоків, отриманні топ-бонусів, прийняття рішень на користь короточасної і на шкоду довгострокової вигоди організації.

Основою агентської проблеми називають інформаційну асиметрію. Традиційно вважається, що агент має більшу інформацією, ніж власник.

Основним шляхом вирішення агентської проблеми у світовій практиці вважається введення агента до складу власників.

Процес концентрації власності українських підприємств підтримувався двома групами акціонерів – вищим керівництвом та інституційними інвесторами. У великих приватизованих підприємствах агентська проблема виразилася в конфлікті інсайдерів – керівництва, що має значну частку власності, та інституційних інвесторів. Дії керівництва щодо збільшення частки власності спрямовані не на приріст дивіденду, а на приріст активів і особистого доходу у вигляді винагород.

Запорукою успіху на підприємстві в запобіганні агентських конфліктів стає оптимальна структура власності. Таке поняття зустрічається в роботах вітчизняних авторів, проте жодних визначень критеріїв оптимальності не наводиться. Тому вважаємо цю проблему актуальною і перспективною для подальших досліджень. Вирішення агентської проблеми такого характеру можливо тільки при підвищенні фінансової грамотності акціонерів і розвитку фондового ринку України.

Ю.Л. РИБИЦЬКА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

АНАЛІЗ РИЗИКІВ ПРИ ІНТЕГРАЦІЇ КОМПАНІЙ

У відмінності від західних компаній більшість українських компаній ще не мають значного досвіду в здійсненні угод злиття та поглинання (M&A). Переважна більшість M&A не приводить до досягнення поставлених цілей. За потенційними можливостями не так просто розглянути й оцінити цілком реальні ризики. У зв'язку цим одним з найважливіших факторів успіху угоди є готовність до появи проблем і конструктивна й швидка реакція на них.

Вітчизняні та закордонні дослідники виділяють основні проблеми при злитті та поглинанні компаній, що сприяють виникненню різного роду ризиків: відсутність стратегії, недооцінка потенційних витрат, відсутність належного контролю, посилення хвилювання співробітників

Говорячи про ризики компанії, яка використовує стратегію M&A, не можна не помітити, що основними їхніми джерелами є неправильна оцінка можливостей і втрата потенційних вигід, що ведуть до зниження ефективності угоди. Завчасне виявлення ризиків дозволяє в тім або іншому ступені ними управляти, чим багато в чому обумовлена більше висока ефективність угод M&A, проведених професійними учасниками ринку злиття і поглинання.

Проблема полягає в тім, що навіть успішно проведене M&A не обов'язково стане гарною угодою для всіх зацікавлених осіб. Мова йде про перехід двох або більше незалежних суб'єктів ринку під єдиний корпоративний контроль, про злиття фінансових потоків, котрі генеруються активами підприємств, і направлення отриманого потоку новим власникам капіталу. При цьому хтось із учасників угоди може збільшити або зберегти свої доходи, а хтось – втратити їх.

М.О.САМОФАЛОВА, канд. іст. наук, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

СПЕЦИФІКА НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ВИВЧЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

На сьогоднішній день глобалізація є реальним аспектом сучасної світової системи, однією з найбільш впливових сил, що визначають подальший хід розвитку нашої планети. Вона зачіпає всі області громадського життя, включаючи економіку, управління, політику, соціальну сферу, культуру, екологію і т.д. Глобалізація – це посилення взаємозалежності національних економік, перепле-

тання соціально-економічних процесів, що відбуваються в різноманітних регіонах світу і спонукають фірми до пошуку кращих умов діяльності, а менеджерів – до мислення в більш глобальних масштабах.

Низка українських та зарубіжних авторів виділяють численні підходи до вивчення глобалізації. Проте хочеться зупинитися на характеристиці двох з них. Так, на основі єдності якісної і кількісної визначеності глобалізації формуються есенціальний і еволюційний наукові підходи до її дослідження. У межах есенціального підходу до дослідження процесу глобалізації має місце пошук сутності вже існуючого даного соціально-економічного явища, оцінка глобалізації як даності. В основі еволюційного підходу до дослідження процесу глобалізації лежить генеза, еволюція і динаміка розвитку міжнародного розподілу праці. В межах даного підходу обґрунтовується, що глобалізація – це не тільки об'єктивно обумовлений, але і свідомо регульований процес, що виникає на ґрунті інтенсивного розвитку всіх господарських взаємозв'язків при активній регулюючій ролі міжнародних організацій і окремих національних держав як центрів прийняття рішень. Представники цього підходу дають визначення сучасної світової економіки як такої, основні структурні компоненти якої мають інституційну, організаційну і технологічну здатність діяти як цілісність у загальносвітовому масштабі.

О.Л. СЕМЕНЮК, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ «ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ» З МЕТОЮ ВІЯВЛЕННЯ ЙОГО ВІДМІННОСТЕЙ ВІД ТОТОЖНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПОНЯТЬ

В сучасних економічних умовах трансфер технологій набуває широкого розповсюдження та практичної значимості. Національні центри трансферів представлені в більшості країн світу та активно співпрацюють між собою. Після дослідження наукової літератури та журнальних публікацій по даному напрямку, зроблено виводи, що трансфер технологій та його різновид ототожнюють з «трансфером інформації» та комерціалізацією технологій.

В Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» та роботі Соловйова В.П. під трансфером технології розуміють процес передачі технології з наступним укладанням договору між особами. Білоус-Сергєєва С.А., Кам'янська О.В., Федулова Л.І., Титов В.В., Андросова

О.Ф. визначають трансфер технологій, як передачу новітніх систематизованих науково-технологічних знань або інформації. Фонштейн Н.М., Кам'янська О.В. та Іжевський П.Г. акцентували свої дослідження на задоволенні комерційної вигоди продавця. Наведений аналіз поняття розкриває ширину його трактування в багатьох аспектах. Це може привести до невірного розуміння та ототожнення з іншою економічною категорією.

В науковій практиці існує класифікація трансферу технології на комерційний та некомерційний трансфер. Комерційний трансфер технології можна сплутати з комерціалізацією технології при поверхневому розгляді. Комерційний трансфер це передача технології (інформації) з подальшим отриманням прибутку. Комерціалізація є процесом трансформації новітніх технологій у комерційно привабливі продукти, та включає фази оцінки попиту на ринку, розробки стратегії просування товару та ін. Некомерційний трансфер розуміють, як процес передачі готової технологій без отримання прибутку. А трансфер інформації можна прослідити на всіх стадіях трансфера технології.

Г.В. СЕРИКОВА, НТУ «ХП» (м. Харків)

ПЕРСПЕКТИВНІ ІННОВАЦІЙНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ В ПІДХОДІ ДО ВИРОБНИЦТВА ТА УПРАВЛІННЯ В ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ

Розглядається питання запровадження інновацій та управління ними в різних сфери окремо взятої галузі промисловості України. Питання дуже важке, але шлях його вирішення повинен бути визначений вже зараз, щоб наша країна була завжди попереду в технологічному, інтелектуальному та стратегічнообґрунтованому розвитку.

Галузь машинобудування було визначено для окремого розгляду не випадково, бо вона є каталізатором науково-технічного прогресу, на підставі якого здійснюється технічне переозброєння підприємств всіх видів діяльності в державі. Ця галузь є показником для всіх інших галузей промисловості та бізнесу, бо вона розвивається найбільш прискореними темпами, та потребує найоперативнішого реагування з боку держави та керівництва на зміни в світових тенденціях розвитку.

Управління – необхідний і постійний критерій в постійній і безперервній роботі майже всіх сфер промисловості чи виробництва в цілому.

Специфічний зміст інновацій включають в себе зміни, а головною функцією інноваційної діяльності є функція змін.

Мова ведеться про функцію змін в сфері управління підприємствами сучасності. Про обґрунтоване, правильне, чітко сформоване, інформаційно насичене, аналітичне, плановане керування великими інноваційно насиченими підприємствами. Всі перераховані показники мають дуже важливу роль при виборі державою пріоритетної галузі для інноваційного розвитку. Але машинобудування має на свою користь ще й те, що без нього, а ні електроенергетика, а ні хімічна промисловість, а ні сільське господарство не буде існувати у звичному собі середовищі. Машинобудування – хребет всієї промисловості.

І.В. УГРИМОВА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

УПРАВЛІННЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Глибокі перетворення української економіки в останні роки неоднозначно впливають на стан вітчизняної промисловості. У той же час саме розвиток реального сектора економіки визначає позиції держави в міжнародному розподілі праці, сприяє підвищенню конкурентоспроможності країни і сталості її економічного зростання.

Економіка промислових підприємств досить сильно пов'язана з макроекономічними процесами. Ефективна робота промислових підприємств створює передумови для відповідних змін макроекономічних умов розвитку національної економіки. На сьогоднішній день, стан і діяльність основної маси промислових підприємств має наступні характеристики: високий ступінь фізичного і морального зносу основних засобів; недостатня інвестиційна привабливість; низька інноваційна активність; низький рівень ефективності та динаміки розвитку в умовах високої конкуренції на внутрішньому і світовому ринках високотехнологічної продукції.

Процес розвитку української економіки характеризується нестабільністю зовнішнього середовища для промислових підприємств і, як наслідок, спричиняє неефективність їхнього функціонування.

Адаптація підприємств до зовнішніх змін може здійснюватися по двох напрямках. Перший припускає використання минулого досвіду для адаптації до непередбачуваних обставин з метою збереження стійкості економічного стано-

вища в припустимих границях. Другий напрямок можна охарактеризувати як «пошуковий», така форма адаптації є власне інноваційною діяльністю підприємства та використовується, коли перший варіант не дає потрібного результату. Найкращім інструментом реалізації інноваційної (пошукової) функції підприємства, спрямованої на забезпечення кращої адаптації промислових підприємств до невизначеності, є реструктуризація підприємства.

Г.В. ЧУБЧЕНКО, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ПІДРИВНИХ ТА ПІДТРИМУЮЧИХ ІННОВАЦІЙ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Життєздатність кожного підприємства в умовах сучасної ринкової економіки залежить від його конкурентної позиції. Компанії конкурують між собою пропонуючи більш якісні удосконалені продукти та послуги, що краще задовольняють існуючі потреби споживачів.

Розглянемо поняття підтримуючих інновацій. Більшість нових технологій сприяють удосконаленню продукту. Всі вони покращують якість існуючих товарів чи послуг в межах технічних характеристик, що важливі для основних споживачів на головних ринках. Більшість технологічних проривів в кожній галузі підтримуючі. Компанії, що їх впроваджують, заздалегідь вже мають реального споживача, тобто знають на кого і на що їм орієнтуватися, знають, що саме треба покращувати, щоб стати більш конкурентоспроможними та успішними.

Але час від часу на ринок приходять такі товари та послуги, які не були спрогнозовані та ще не мають свого споживача. Мова йде про підривні інновації, які пропонують менш якісні за технічними показниками товари. Але разом з тим, дані товари формують нові потреби у споживача, пропонуючи нові властивості продукту, більш доступні за ціною, можливо менші за розмірами та формою, але разом з тим обов'язково зручні.

Поява підтримуючих інновацій передбачена та пояснюється постійним намаганням конкурувати, бути кращими у виробництві, у якості удосконаленого продукту. Підривні ж інновації з'являються стихійно, і жодна компанія не зможе вчасно прореагувати на них та розпізнати позитивні та негативні наслідки використання даної технології.

Секція № 2. ІНВЕСТИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ,

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ, УПРАВЛІНСЬКІ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПІДПРИЄМСТВ

М.А. АНТОНЕНКО, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

МЕТОДИКА ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ООНОВЛЕННЯ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Оцінка технологічного оновлення починається з формування проекту технологічного оновлення. Під проектом технологічного оновлення будемо розуміти документ, який обґрунтовує необхідність інвестування та у якому в певній послідовності детально описуються майбутні зміни у функціонуванні усіх систем підприємства та їх економічна ефективність. Такий проект характеризуватиме технологічне оновлення з точки зору його впливу на усі аспекти діяльності підприємства згідно підходу збалансованої системи показників (фінанси, персонал, клієнти та внутрішні бізнес-процеси). Для оцінки проектів технологічного оновлення доцільно використовувати модель мережевого комплексного оцінювання, оскільки саме вона надає можливість отримати агреговану оцінку проекту; врахувати різні групи показників, які характеризують проект; порівнювати та вибирати проект. При чому можна використовувати як повну ієрархічну структуру, так і її частину. Коли визначена структура мережі комплексного оцінювання необхідно визначитися із функціями згортки для усіх її елементів, оскільки показників досить велика кількість і звести їх необхідно у один агрегований, то доцільно обрати відповідні функції згорток серед існуючих. Найбільш простими та поширеними є середньозважені методи. Для кожної групи показників використовується своя функція залежно від їх змісту. Множина усіх показників проекту технологічного оновлення характеризується різною значимістю для комплексної оцінки проекту. Для визначення ступеню важливості певного показника рекомендується використовувати експертний метод, оснований на визначенні значення власних векторів матриць попарних порівнянь. У результаті здійснюється послідовний розрахунок показників-агрегатів аж до комплексної оцінки.

СОЦИАЛЬНЫЙ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ, КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ

Социальные факторы наряду с научно-техническими, финансовыми, инвестиционными являются частью институциональных факторов. Однако в то время как инвестиционные и финансовые связаны с конкретными денежными вложениями, научно-технические и социальные в большей мере зависят от человеческих способностей и уровня развития общества.

Несомненно, физические потребности играют важную роль в развитии общества, а для их удовлетворения необходимы финансовые ресурсы, однако поскольку человек, существо общественное, равноправно-разное среди себе подобных, жизнь его не ограничивается исключительно удовлетворением материальных (физических) потребностей.

Поэтому повышение социальной значимости приоритетных направлений развития в современном обществе влечет за собой их подъем, а в некоторых случаях может даже заменить недостающее влияние финансовых и инвестиционных факторов, и таким образом напрямую связано с экономическим развитием в целом.

И, наконец, нельзя сбрасывать со счетов способности человека, которые играют решающую роль и в научно-техническом факторе. На уровне конкретной деятельности экономическое развитие не только опирается на способности того или иного индивида, но в свою очередь и развивает их, таким образом закручивая спираль непрерывного развития.

Понятно, что достичь этого без участия факторов финансовых и инвестиционных можно только в краткосрочном периоде, а для высшие результаты будут достигнуты лишь при умелом сочетании экономических и социальных факторов, превратив их в важнейшие мотивы развития экономики в целом.

УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ НА ОСНОВІ БЕНЧМАРКІНГУ

Позиції української продукції на світовому ринку доводять необхідність зваженості та обґрунтованості здійснення можливих заходів щодо розвитку зовнішньоторговельних операцій на українських підприємствах.

Необхідність розв'язання існуючих проблем розвитку зовнішньоторговельної діяльності потребує впровадження дієвої та теоретично обґрунтованої системи управління як зовнішньоторговельною діяльністю в цілому, так і окремими зовнішньоторговельними операціями.

Проведений аналіз показав, що більшість дослідників пропонує здійснювати управління зовнішньоторговельними операціями на основі використання різноманітних методів оцінки, діагностики. Такі підходи, не дають змогу швидко виявляти зміни в зовнішньому середовищі і вчасно реагувати на них. Усунути даний недолік дозволяє застосування методу бенчмаркінгу. Бенчмаркінг є тією управлінською технологією, яка дозволяє формалізувати передачу та адаптацію передового управлінського досвіду у зовнішньоторговельних операціях.

Бенчмаркінг – це метод аналізу й управління конкурентоспроможністю, що передбачає постійне дослідження найкращих практик діяльності з метою покращення управління зовнішньоторговельними операціями.

Можна зробити висновок, що одним з найбільш ефективним інструментом для вирішення проблем зовнішньоторговельних операцій є бенчмаркінг. За допомогою бенчмаркінгу можна визначити і вибрати найбільш ефективні управлінські, організаційні та економічні рішення, які сприяють зниженню витрат, підвищенню якості товарів і послуг, а також посиленню конкурентних переваг на підприємствах України.

АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ТА ФОРМ ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ З ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

У доповіді представлено аналіз джерел та форм фінансування енергозберігаючих заходів. Основні джерела формування інвестиційних ресурсів поділяються на дві основні групи: власні (внутрішні) і залучені (зовнішні). Серед власних джерел фінансування інвестицій особливе значення мають прибуток підприємства та амортизаційні відрахування. До залучених джерел інвестицій належать кошти, що одержують від продажу акцій; асигнування з державного та місцевого бюджетів; іноземні інвестиції; різні форми позикових коштів. Як свідчить світова практика, переважна частина інвестицій (55-60 %) залучається із зовнішніх джерел, 30-35% – із власних джерел і тільки 5-10 % – з бюджету. Основними формами фінансування інвестицій в енергозбереження виступають:

- 1) акціонерне фінансування;
- 2) державне фінансування;
- 3) банківські кредити;
- 4) лізинг.

У порівнянні з банківським кредитом лізинг є більш доступною формою залучення інвестицій, оскільки він не вимагає складного пакета гарантій за кредитною угодою. Взагалі, доцільна форма фінансування енергозберігаючих заходів вибирається за максимумом чистого дисконтованого доходу, що розраховується для всіх доступних для інвестора варіантів фінансування.

Д.А. БОНДАРЕНКО, НТУ «ХПІ» (г. Харків)

ПРОБЛЕМЫ В МЕХАНИЗМЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ С ГОСУДАРСТВОМ

В современных условиях экономика Украины нуждается в дополнительных бюджетных средствах, основные потоки которых формируются за счёт налоговых поступлений. Потенциальным источником таких поступлений в экономике Украины являются малые и средние предприятия. Поэтому в первую очередь необходимо обращать внимание на особенности взаимодействия малых и средних предприятий с государством, высвечивая существующие проблемы

для ефективного розвитку малих і середніх підприємств, зв'язаних з різними елементами механізму їх взаимоотношень.

В основному проводимі державні реформи, направлені на підтримку і розвиток малих і середніх підприємств, виявилися малоєфективними, а деякі взагалі ставлять під загрозу існування даного сектору. Це обумовлює необхідність кардинальних змін у взаимоотношеннях держави з малими і середніми підприємствами. В зв'язі з цим, малим і середнім підприємствам рекомендується вимагати від держави перегляду свого ставлення до себе, а також брати активну участь у розробці державної стратегії з підтримки і розвитку малих і середніх підприємств через свої громадські інститути. В сучасних умовах без стабільності і прозорості у взаимоотношеннях малих і середніх підприємств з державою прийняття ефективних управлінських рішень всередині самих підприємств просто неможливо. А це невигідно як самим підприємствам, так і державі, яке тим самим позбавляється додаткових бюджетних надходжень.

Н.В. ВІХЛЯЄВА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ РИНКУ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИКИ

При виборі стратегії управління розвитком електроенергетичних підприємств, слід розглядати моделі організації відповідного ринку, в даний час їх існує чотири:

1. Регульована природна монополія (вертикально інтегровані компанії, що охоплюють всі сфери виробництва, транспорту, розподілу і збуту електроенергії).
2. Єдиний покупець (сфера виробництва розділяється на декілька компаній які починають конкурувати один з одним за постачання електроенергії загальної закупівельній агенції).
3. Конкуренція на оптовому ринку (сфера транспорту електроенергії виділяється в самостійну регульовану транспортно-мережеву компанію, а сфери розподілу і збуту електроенергії дробляться за територіальною ознакою).
4. Конкуренція на оптовому і роздрібному ринках (додатково розділяються сфери розподілу і збуту електроенергії з утворенням регульованих розподільних компаній (по територіях) та незалежних збутових компаній).

Часто ринком називають останні дві моделі, так як перші дві є регульованими ринками, а решта – конкурентними. Регульовані ринки зручні для споживачів, оскільки в них, з одного боку не допускається використання виробниками «ринкової влади», а з іншої – тарифи встановлюються на рівні середніх витрат виробників. Конкурентні ринки, в свою чергу, вигідні виробникам електроенергії, які звільняються від регулювання. Одночасно на оптовому конкурентному ринку формуються рівноважні ціни, вищі за середні витрати виробництва в цілому.

У різних країнах світу в тих чи інших різновидах реалізовані всі види ринків. Наприклад, «Регульована монополія» – в Японії, Франції, США, «Єдиний покупець» – в Кореї, Китаї, Північній Ірландії, Мексиці, а конкурентні ринки – в Англії, Скандинавських країнах, Австралії, США. Україна, з погляду створення енергоринку, йде по шляху Англії, тобто, так як підприємства України розподілені за територіальною ознакою, сфера їх балансової приналежності і надання послуг з передачі електроенергії визначається межами області, а всі підприємства є конкурентами на оптовому ринку електроенергії, але монополістами в регіонах.

В.В. ВОЛІКОВ, М.І. ЛАРКА, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

БРЕНД-КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ БРЕНДУ З ПОЗИЦІЇ СПОЖИВАЧІВ

З початку 80-х років XX століття з'явився новий напрям в теорії брендингу – управління бренд-капіталом (Brand Equity Management). Орієнтація підприємств на довгострокові перспективи сприяла розвитку цієї концепції. Оскільки бренд володіє нематеріальною цінністю, він є невід'ємною частиною загальних активів підприємства та формує бренд-капітал. Поняття «бренд-капітал» відноситься до тієї частини цінності та вартості бренду, яку бренд додає до продукту на ринку. Бренд-капітал є вартісним активом і забезпечує підприємству високий рівень купівельної обізнаності і прихильності до бренду, дозволяє завойовувати більшу ринкову долю. Завдяки чому виробники можуть приділяти менше уваги ціновій політиці. В наукових роботах, які присвячені управлінню бренд-капіталом, представлені різні підходи до понять «вартість бренду» та «бренд-капітал», а також до складових бренд-капіталу. У своїх роботах цій

проблемі велику увагу приділяють такі вчені як: Д. Аакер, П. Кріг, Д. Кленсі, Ж.-Н. Капферер, Р. Руст, Д. Скотт, Д. Майкл, Д. Лемон, Р. Блаттберг, Р. Гетц, Ж. Томас, Б. Ванекен. Проте, у маркетологів немає чіткого їх трактування. Бренд-капітал сприймається як актив, який бренд нагромаджує за час свого існування. Для оцінювання бренд-капіталу в грошовому вираженні доцільно використовувати поняття «вартість бренду». Отже, вартість бренду – це бренд-капітал, виміряний в грошовому вираженні. Поняття «вартість бренду» трактується як грошове вираження поточних витрат на його формування та реалізацію, тобто його собівартість. Таким чином, складові бренд-капіталу є в той же час елементами вартості бренду і навпаки, зростання вартості бренду призводить до нарощування бренд-капіталу. Отже, зростання вартості бренду залежить від ефективності управління бренд-капіталом. Більшість авторів вважають, що на вартість бренду впливають такі чинники, як обізнаність про бренд, лояльність до бренду та його цінність. Таким чином, на наш погляд, вартість бренду є оцінкою його іміджу, відображеною в сприйнятті його переваг над іншими брендами, що призводить до збільшення об'єму прибутків та визначає його матеріальну оцінку. Для підприємства бренд-капітал забезпечує додатковий потік грошових коштів, сприяє збільшенню бази лояльних споживачів, а також забезпечує можливість розширення лінійки товарів під одним брендом при мінімальних витратах на їх просування. Збільшення бренд-капіталу сприяє нарощуванню вартості підприємства та виступає як одна з найважливіших стратегічних цілей управління підприємством. Необхідність управління бренд-капіталом обумовлена прагненням до досягнення стратегічних цілей підприємства, зміцнення його позицій, нарощування вартості бізнесу за рахунок збільшення бренд-капіталу. У більшості наукових робіт бренд-капітал трактується як додаткова цінність, яку набуває продукт шляхом сформованого за допомогою маркетингових комунікацій відношення споживача до товару, що є брендованим. Ми пропонуємо бренд-капітал розглядати не лише як додаткову споживчу цінність, але і як впевненість покупців в цінності бренду, яка сформована на основі маркетингових заходів, що є направленими на мотивацію споживачів надавати перевагу товарам фірми, проявляти лояльність до бренду та готовність сприймати нові товари, які підприємство запропонує в майбутньому під своїм брендом та демонструє нематеріальну оцінку бренду з позиції споживачів.

А.О. ГАВРИКОВА, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

ПОВЫШЕНИЕ ОБЩЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ВВЕДЕНИЯ СИСТЕМЫ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ СЧЕТОВ

Актуальной задачей для энергетиков, является повышение эффективности системы централизованного теплоснабжения. Мы предлагаем несколько путей реализации данной задачи.

Общая эффективность системы централизованного теплоснабжения, по нашему мнению, может быть улучшена двумя способами – через инвестирование, в частности, в реализацию энергосберегающих мероприятий в жилищном фонде, а также институциональные и организационные изменения.

Значительные потери, невозможность регулировать потребление тепловой энергии, отсутствие информации об объемах потребления и наличие незначительной информации о возможностях энергосбережения – все эти факторы способствуют высокому уровню потребления тепловой энергии конечными пользователями. Отсутствие системы индивидуализации счетов, по нашему мнению, является одной из главных причин высокого уровня потребления тепловой энергии. Введение системы индивидуализации счетов на основе потребления, является корнем решения данной проблемы и выступает стимулом для населения к энергосбережению.

Мы считаем, что инвестиции в реализацию энергосберегающих мероприятий в жилищном фонде, в данном случае, в установку индивидуальных приборов учета, являются новым и недостаточно распространенным явлением. Однако, потенциал энергосбережения, который они обеспечивают, является намного выше, чем в сфере производства, транспортировки и распределения тепла.

М.О. ГАВРИСЬ, НТУ «ХПИ» (м. Харків)

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ НА АМОРТИЗАЦІЙНУ ПОЛІТИКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Впровадження в дію у 2011 році Податкового Кодексу України суттєво вплинуло на більшість аспектів господарської діяльності вітчизняних підприємств. Зокрема, з II кв. 2011 р. повинна була кардинально змінитися амортизаційна політика в податковому обліку. Зміни зачіпають більшість українських

приватних фірм і значну частину державних госпрозрахункових організацій. Основним лейтмотивом реформ є ліквідація податкового методу амортизації в податковому і бухгалтерському обліку, а також максимальне, хоч і не повне, наближення податкової амортизаційної політики до бухгалтерської. Повної гармонізації, нажаль, не сталося, вона не є можливою без зміни значної частини законодавства, П(С)БО, додаткових роз'яснень ДПА, КРУ. Основними новаціями є такі: груп основних засобів (ОЗ) стало 16, проти чотирьох; облік здійснюється по кожному об'єкту засобів окремо, у той час як раніше окремо обліковувалися лише об'єкти першої групи ОЗ; норму амортизації можна обирати окремо для кожного об'єкту обліку, але лише в межах, встановлених Кодексом; основним методом нарахування стане лінійний. Дані реформи, як і інші, не згадані нами, створили для підприємств численні труднощі в перехідний період. Проте, як свідчать проведені нами для двох абсолютно різнопланових фірм розрахунки, більшість організацій залишаться у виграші від запровадження змін. Так, у II кв. 2011 р., починаючи з якого розрахунки здійснюються за новими правилами, амортизаційні відрахування зросли порівняно з I кв. приблизно у півтора рази, що дасть підприємствам додаткові можливості для оновлення своїх основних засобів і підвищення конкурентоспроможності. В подальшому, у зв'язку з особливостями обліку, ми прогнозуємо певне зниження цієї цифри, але безсумнівно, у цілому реформа матиме позитивний вплив на господарську діяльність підприємств.

О.О. ГАВРИСЬ, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

РОЗВИТОК І ВЗАЄМОДІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ УКЛАДІВ

Економічне зростання – це рух в бік ускладнення джерел конкурентних переваг, а також закріплення позицій у високоефективних галузях та сегментах народногосподарського комплексу. Застосування нових технологій веде до підвищення ефективності виробництва, економії ресурсів та формування нових потреб у суспільстві. За оцінками експертів, пороговий рівень існування в країні інноваційної моделі економіки визначається 40% інновативності. В Україні на поточний момент цей показник коливається в межах 5–10%, тобто спостерігається відставання за технологічним розвитком від провідних країн, зокрема

інтенсивно розвиваються виробництва нижчих технологічних укладів, що не мають значного попиту на інновації.

На думку С.А. Єрохіна, розвиток кожного укладу сприяє сходженню цивілізації на новий, вищий рівень, що створює наступність в історичному процесі й значно збільшує економічні можливості суспільства.

Спираючись на статистичні дані, оцінки довгострокових тенденцій техніко-економічного розвитку промислових країн в останнє століття, виділяють п'ять послідовно домінуючих і сьогодні існуючих технологічних укладів. На сьогодні в розвинених країнах все помітнішими стають також ознаки шостого і сьомого технологічних укладів. В Україні за підрахунками Інституту економічного прогнозування НАНУ на поточний момент у випуску продукції найбільш вагомою є частка третього технологічного укладу – 57,9%, четвертого – 38%, п'ятого – 4%, шостого, який визначає перспективи високотехнологічного розвитку країн у майбутньому – менше 0,1%, що свідчить про відсутність надійного потенціалу для нарощування економіки.

В нашій країні виникла нагальна потреба у здійсненні технологічного прориву на стадію 6-го укладу. Для цього потрібно зорієнтувати державну науково-технічну політику на забезпечення пріоритетів фінансування фундаментальних наукових досліджень, науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт і розвиток галузей шостого технологічного укладу.

Н.В. ГНЕСІНА, М.І. ЛАРКА., канд. екон. наук, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ БІЗНЕСОВИХ ІТ-КОМПАНІЙ

Для оцінювання функціонуючих бізнес-об'єктів традиційно використовують дохідні або ефективні методи оцінювання, а саме, методи капіталізації.

В загальному значенні ринкова капіталізація – це економічний інструмент, який використовується для оцінювання ринкової вартості об'єктів, суб'єктів ринків та самих ринків. Тобто це ринкові методи, які дозволяють перевести поточні доходи або активи підприємства в базовий капітал, який відповідає вартості компанії або фірми на момент оцінювання.

В практиці оцінювання використовуються 2 методи капіталізації – прямий та непрямий або метод дисконтування.

Пряма капіталізація – це переведення поточних доходів у капітал за допомогою коефіцієнта капіталізації $K_{\text{кап.}}$. Коефіцієнт капіталізації – це норма

очікуваного річного доходу від інвестицій або виражена у відсотках величина відношення річного доходу до вкладених коштів або ринкової вартості. Принципова розрахункова формула (1) має вигляд:

$$K_{\text{оц.}} = D_{\text{річн.}} / K_{\text{кап.}}, \quad (1)$$

де $K_{\text{оц.}}$ – ринкова вартість об'єкту, який оцінюється, капітал; $D_{\text{річн.}}$ – очікуваний річний дохід; $K_{\text{кап.}}$ – коефіцієнт капіталізації.

Виходячи із структури формули (1), можна побачити, що базовою економічною величиною при розрахунку є очікуваний річний дохід $D_{\text{річн.}}$, який на протязі досить тривалого часу має бути стабільним. Саме тому цей метод доцільно використовувати при сталому, довготерміновому бізнесі, в якому на протязі досить довгого періоду ніяких значних змін у самому бізнесі і відповідних економічних показниках не відбувається.

В якості доходу використовується чистий річний дохід $D_{\text{річн. чист.}}$ конкретного року, а також чистий грошовий потік ЧГП. Це залежить від особливостей об'єкту оцінювання, а саме – від структури капіталу об'єкту.

Якщо в структурі капіталу превалюють швидко зношувані складові (обладнання, інструмент тощо), а базові складові (земля, нерухомість, нематеріальні активи) займають незначне місце, тоді в якості доходу в формулі (1) треба використовувати річний чистий прибуток за якийсь конкретний рік, або – середньорічний за період.

Якщо ж в структурі капіталу об'єкту превалюють базові складові (земля, нерухомість, тощо), то в таких випадках в якості доходу використовується чистий грошовий потік ЧГП, який розраховується по стандартній формулі за певний рік.

Для оцінювання деяких бізнесових комплексів використовують також мультиплікатор доходів M . Цей показник та коефіцієнт капіталізації пов'язані між собою обернено-пропорційною залежністю, $M = 1/K_{\text{кап.}}$. Тобто вартість об'єкту можна розрахувати за формулою $K = M \times D_{\text{річн.}}$.

Коефіцієнт капіталізації та мультиплікатор – це ринкові категорії, тому їх конкретна величина залежать від зовнішніх, ринкових факторів (рівень платоспроможності, рівень ризиків для інвестора, інвестиційний клімат, економічна, політична та соціальна ситуація в країні, попит на дану продукцію та інші кон'юнктурні фактори). Крім того, дуже сильно впливає на вартість об'єкту

внутрішня ситуація на підприємстві, а саме – його фінансова стабільність та рівень доходності.

В конкретних розрахунках значення цих базових величин ($K_{\text{кап.}}$ та M) можна встановити, наприклад, проаналізувавши попередні аналогічні продажі з урахуванням специфічних обставин цих епізодів.

Дисконтування або непряма капіталізація – це метод оцінювання, який притаманний більш динамічним об'єктам з фіксованим терміном одержання прибутку. Такий термін називається розрахунковим періодом T розр. і встановлюється, виходячи з конкретних обставин існування бізнесу. Причому, оскільки мова йде про певний проміжок часу, то доходи кожного року треба дисконтувати за допомогою коефіцієнта дисконтування K диск. Розрахункова формула при цьому має такий вигляд:

$$K_{\text{оц.}} = \sum \text{ДГП}_t + \text{ЛВ}_{\text{оц.}}, \quad (2)$$

де ДГП_t – дисконтований грошовий потік за рік t ; $\text{ЛВ}_{\text{оц.}}$ – ліквідаційна вартість об'єкту, яка може бути одержана після закінчення його експлуатації та продажу.

$$\text{ДГП}_t = \text{ГП}_t \times K_{\text{дискт}}, \quad (3)$$

де ГП_t – грошовий потік за рік t ; $K_{\text{дискт}}$ – коефіцієнт дисконтування за рік t .

Модифікацією таких методів можна вважати метод галузевих співвідношень, який використовується для розрахунку орієнтовних оцінок вартості підприємства. При цьому на основі статистичних даних встановлюються деякі середні співвідношення між вартістю підприємства та якимось економічним показником, специфічним для даного типу підприємств. Наприклад, за даними західних оцінювальних фірм встановлені такі співвідношення для ряду підприємств. Наприклад, для ресторанів такий коефіцієнт дорівнює $0,25 \div 0,5$ від річної валової виручки, для ІТ-компаній – цей коефіцієнт складає $2 \div 3$ річного обсягу виробництва і т.ін.

При оцінюванні бізнесових комплексів, до яких відносяться ІТ-компанії, доцільно використовувати метод прямої капіталізації, а також метод галузевих коефіцієнтів. Ці методи дають орієнтовний результат, який треба доповнювати корегуючими коефіцієнтами, які враховують зміни як зовнішнього середовища, так і реального стану компанії.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ 1С И СТАНДАРТНЫХ МЕХАНИЗМОВ ОБМЕНА ДАННЫМИ ДЛЯ ОЦЕНКИ И СРАВНИТЕЛЬНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВСКИХ СТРУКТУР

В современных экономических условиях анализ финансового состояния банков является очень актуальным. Наиболее заинтересованной стороной являются собственники банковских структур, которые с помощью своевременного анализа оценочных данных полученных различными независимыми методиками оценки финансовой деятельности могут принять оптимальные управленческие решения.

Базовые данные для оценки, такие как «Отчёт о финансовых результатах» и «Баланс» находятся в публичном доступе на сервере сайта НБУ. Остальные данные о подробной деятельности банковской структуры являются закрытой информацией и хранятся в различных информационных системах, на которые распространяются требования высокого уровня безопасности передачи и хранения данных. В ущерб повышенным требованиям к надежности и безопасности многие банковские ИС лишены гибкости в обработке данных, трудоемкие при модификации и довольно затратные в обслуживании. В свою очередь система 1С Предприятие 8 обладает уникальными в своем роде механизмами разработки аналитической отчетности любого уровня сложности такими как «система компоновки данных». Гибкость при разработке также является немаловажным критерием в процессе научных поисков. Минусом 1С может являться то, что ее применение нецелесообразно в системах, которые фактически контролируют финансовые потоки, но чего не требуется при анализе данных полученных из внешних источников и конфиденциальность которых достаточно регулировать договором о неразглашении коммерческой тайны.

Предлагается разработать документы стандартизации обмена данными между банковскими системами с использованием таких общепринятых механизмов как обмен данными в формате XML, которые бы позволили выработать и стандартизировать общую стратегию обмена данными с другими системами выполняющими аналитическую роль. Такой системой может стать 1С Предприятие 8 на базе отдельно разработанной конфигурации, в

архитектуру которой изначально будет заложена возможность проводить оценку финансового состояния банковского бизнеса на основании различных методов, использовать гибко настраиваемые на стороне пользователя показатели. Гибкая система анализа оценочных данных полученных на базе информации представленной через систему стандартизированного обмена вплоть до онлайн режима позволила бы представлять аналитическую информацию на стороне пользователя с высокой степенью масштабируемости и удобства восприятия.

Данная концепция разработки аналитических систем на базе существующей инфраструктуры и с применением вышеизложенных технологий могла бы принести незаменимую пользу при оценке финансового состояния банковского сектора, при этом имея оптимальную цену и трудоемкость.

Н.В. ГУРІНЕНКО, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

В роботі розглянуті питання аналізу фінансової стійкості підприємств машинобудівної галузі. Після визначення загальної характеристики фінансового стану основним завданням є дослідження показників фінансової стійкості підприємства.

Балансова модель стійкості підприємства в умовах ринку має такий вигляд:

$$F + E_z + R_A = I_C + C_{KK} + C_{ДК} + K_0 + R_P,$$

Для аналізу моделі необхідна аналітична угруповання статей балансу. За умови обмеження запасів і витрат, виконується умова платоспроможності підприємства, тобто грошові кошти, короткострокові фінансові вкладення (цінні папери) і активні розрахунки покривають короткострокові заборгованості підприємства. Для характеристики джерел формування запасів і витрат можуть використовуватися наступні показники: 1) наявність власних оборотних коштів; 2) наявність власних і довгострокових позикових джерел формування запасів і витрат, 3) загальна величина основних джерел формування запасів і витрат, яка дає орієнтир для визначення ступеня фінансової стійкості підприємства. Можна вказати на наступні чотири типи фінансової стійкості підприємств:

- 1) абсолютна стійкість фінансового стану $E_3 \langle E_C + C_{KK}$;
- 2) нормальна стійкість фінансового стану $\dot{A}_C \approx \dot{A}_N + \tilde{N}_{EE}$;
- 3) нестійкий фінансовий стан $E_3 \approx E_C + C_{KK} + C_0$;
- 4) кризовий фінансовий стан.

У ході перетворення балансової моделі стійкості підприємства отримуємо формулу стійкості:

$$F + E_3 \leq I_C + C_{KK},$$

Дана формула виходить з двох напрямків фінансової стійкості:

1) виходячи зі ступеня покриття запасів і витрат джерелами засобів; 2) виходячи зі ступеня покриття основних засобів та інших необоротних активів джерелами засобів. Це означає, що вкладення капіталу в основні засоби та матеріальні запаси не повинно перевищувати величину власного і прирівняного до нього капіталу.

Застосування запропонованої моделі стійкості підприємства дозволяє проаналізувати стан фінансової стійкості підприємств за досліджуваний період та визначити тип їх фінансової стійкості. Розроблена система дозволяє застосовувати її в практичній діяльності керівників та менеджерів українських підприємств.

И.Ф. ДОМНИНА, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ С ПОМОЩЬЮ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ

Создание, изучение и адаптация гибких моделей, анализирующих и совершенствующих рыночные тенденции и динамику финансовых потоков, всегда являлось важным аспектом. Одними из основополагающих в анализе финансовой состоятельности предприятий европейской и американской теоретико-методологических систем моделирования до сегодняшнего дня остаются исследования Альтмана, Ольсона. В настоящее время, помимо известных факторов, немаловажную роль в антикризисном управлении играет логистика. Возможность планирования различных операций и проведения анализа уровней элементов логистической системы выделила элемент макроэкономики, которая решает вопросы, связанные с анализом рынка поставщиков и потребителей, выработкой общей концепции закупок и распределения. Особо актуальным

данное научное направление становится в посткризисный период. В последние годы на украинских предприятиях происходит уменьшение объемов прибыли, рост удельного веса затрат из-за избыточного образования материальных запасов, недостаток достоверной и своевременной информации о положении на рынке сбыта, конкурентов. Грамотное применение принципов логистики в соотношении с исследованиями выше указанных авторов, позволит оптимизировать движение различных материальных потоков, тем самым снизить излишние материальные запасы, а рациональное использование средств, обеспечит финансовую состоятельность предприятия, в свою очередь это поможет приобрести либо восстановить конкурентные преимущества.

Таким образом, в современных условиях использование логистики является важным элементом для достижения поставленных целей, именно оптимизация логистических процессов на предприятии поможет выйти предприятию из кризиса и ступить на новый уровень развития.

О.С. ДРУГОВА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Концепція управління конкурентним потенціалом припускає, що досягнення компанією своїх стратегічних цілей залежить від більше повного задоволення (у порівнянні з компаніями-конкурентами) запитів споживачів. Компанія зберігає тверду життєздатну позицію в умовах цінностей, що змінюються, і орієнтирів споживачів, прискорення процесів глобалізації ринків, загострення економічних, політичних і соціальних взаємодій. У конкурентних умовах зможуть превстигнути тільки ті компанії, які стратегічно орієнтовані на ринки, що змінюються, і використовують повсякденно всі інструменти маркетингу для надання клієнтам вищої споживчої цінності.

Конкурентна маркетингова стратегія виражає загальний план компанії по використанню ресурсів для створення конкурентної переваги на вибраних ринках. Потенціал деяких ринків зменшується й компанія змушена залишити їх. Інші, навпроти, пропонують більші можливості й вимагають збільшення інвестицій, іноваторських стратегій і нових технологій. По привабливості ринків поряд з новими швидкозростаючими ринками (виробництво програмних продуктів, мобільні телекомунікації й ін.) зберігають свій рейтинг і багато хто зі старих

галузей з високої трудо- і матеріалоємністю (металургійне виробництво, хімічна промисловість, текстильна промисловість, нафтопереробка й ін.)

Концепція відображає місію й стратегічні орієнтири, що забезпечують життєздатну позицію в конкурентному середовищі. Чотири блоки концепції характеризують основні її складові: еволюційну динаміку конкуренції, конкурентний потенціал підприємства, вибір конкурентної й портфельної стратегії, інвестиційні пріоритети.

А.В. ІВАХНЕНКО, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

УПРАВЛІННЯ ТРАНСФЕРОМ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК СКЛADOVA ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЙ

На сучасному етапі одна з найефективніших організаційних форм інтернаціоналізації господарського життя – мультинаціональні корпорації перебувають у центрі історичного процесу глобалізації світової економіки. Транснаціоналізація являє собою процес посилення світової технологічної інтеграції в результаті глобальних операцій ТНК. Цей об'єктивний процес, зумовлений міжнародним одиничним поділом праці, породжує транснаціональні форми кооперації та технологічного донорства.

З погляду ефективності поєднання факторів виробництва сучасні ТНК, очевидно, не мають альтернативи у світовій економіці. Така ефективність досягається транснаціональними корпораціями в ході боротьби за одержання стабільних прибутків.

П'ять країн – Німеччина, Японія, США, Велика Британія, Франція є районами базування для половини материнських транснаціональних корпорацій промислово розвинутих країн. На ці країни припадає також 2/3 сукупного вивозу прямих іноземних інвестицій. У промислово розвинутих країнах розміщено близько 46 % усіх філій ТНК, у той час як у країнах, що розвиваються, – 42 %

Саме стратегія максимізації загальнокорпоративного прибутку є основою оптимізації ТНК форм і напрямів їх господарської діяльності, внутрішньофірмових і міжфірмових взаємозв'язків.

Розвиток інновацій спершу на місцях основних локалізацій компаній з наступною міграцією (трансфером) до інших підрозділів корпорації та компаній, що є учасниками корпоративного партнерства є однією з найважливіших рис сучасного глобального бізнесу. Такі компанії, як Dell, Cisco, Microsoft є

піонерами з передачі технологічних рішень у сфері ІТ технологій, Novartis, Pfizer – у сфері фармації.

За останні роки в процес транснаціоналізації дедалі більше залучаються фірми країн, що розвиваються, а також країн Східної та Центральної Європи. Залучення інноваційних рішень, якими володіють наукові центри корпорацій, дозволяють промисловим групам країн, що розвиваються, досягти ефекту рівноваги у якості та обсягах випуску продукції.

Ю.И. ИГНАТЬЕВА, НТУ «ХПИ» (г.Харьков)

ПЛАНИРОВАНИЕ ВЫХОДА ИЗ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА

Нынешний глобальный экономический кризис является беспрецедентным, и возрождение будет более медленным, чем многие надеялись. Однако нельзя откладывать меры по преодолению кризиса на то время, когда для этого будет получен четкий политический мандат в результате выборов. Необходимо достижение компромисса, достаточного для внедрения комплексного набора мер, которые позволят противостоять кризису и возобновить рост. Национальное бюро экономических исследований (NBER) США считает, что рецессия в мировой экономике началась в декабре 2007 года. Но датой начала мирового финансового кризиса считают 15 сентября 2008 года – день, когда американский инвестиционный банк Lehman Brothers объявил о своём банкротстве. Крушение банка привело к цепной реакции кризиса во многих странах мира. Но кризисы не бывают вечными, даже мирового масштаба, рано или поздно они проходят. И вот уже многие эксперты уверяют, что кризис отступает.

Антикризисный план мер по Украине должен содержать следующие четыре ключевых элемента: – адекватное и последовательное внедрение макроэкономической политики в соответствии с программой, поддерживаемой МВФ; – переориентация бюджетных расходов в сторону увеличения объема инвестиций в государственную инфраструктуру, способствующих росту и позволяющих поддержать реальный сектор и занятость, в сочетании с усилиями, направленными на мобилизацию ресурсов для защиты бедных и уязвимых слоев населения; – четкая стратегия защиты вкладчиков банков и реабилитации банковского сектора; – реформы, которые будут способствовать облегчению вхождения на рынок и привлечению частных инвестиций.

Все эти элементы связаны между собой и усиливают друг друга. Для эффективного их внедрения необходимо тесное сотрудничество правительства, президента и Национального банка Украины (НБУ), а также поддержка в Верховной Раде. Первые решительные шаги в перечисленных сферах помогут стабилизировать ожидания рынка, обеспечат получение дальнейшей помощи от международных финансовых учреждений и мобилизуют дополнительную поддержку от двухсторонних кредиторов.

В.О. ІГУМНОВА, В.О. ІГУМНОВА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ В ПРОМИСЛОВOSTІ ТА ЖКГ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ

Питання енергетики перебувають в епіцентрі економічних і політичних проблем сучасного світу. Найбільші потрясіння світового господарства другої половини ХХ століття починалися саме в сфері енергетики та впливали на весь хід економічного розвитку. Проблема енергозабезпечення та енергозбереження є однією з глобальних проблем сучасності. Боротьба за енергоресурси стала причиною багатьох міжнародних конфліктів.

У сформованих історичних умовах економіка Росії характеризується високою енергоємністю, питомі показники якої в 2-3 рази перевищують аналогічні показники економіки розвинених країн. Причини такого становища криються в більш суворих кліматичних умовах, великої протяжності транспортних перевезень між регіонами. Дія цих факторів за останні десятиліття посилено фізичним та моральним зносом енергетичного обладнання, наростаючою технологічною відсталістю енергоємних галузей промисловості та житлово-комунального господарства.

Ступінь підвищення енергоефективності систем енергопостачання та споживання енергетики визначає довгострокові перспективи розвитку не тільки енергетичного сектора, але й економіки Російської Федерації в цілому.

У Росії кожен відсоток економії палива і енергії може дати 0,35-0,4% приросту національного доходу, що відповідає завданню подвоєння в найближчі роки валового внутрішнього продукту, поставленого Президентом Російської Федерації В.В. Путіним.

У Росії для цього є всі можливості. Відповідно до концепції «Енергетичної стратегії Росії на період до 2020 року», затвердженої Урядом РФ в 2003 р.,

динаміка зростання валового внутрішнього продукту Росії повинна випереджати зростання енергоспоживання.

ЖКГ є одним з найбільших споживачів палива та енергії в Росії – на його частку доводиться близько 30% всього енергоспоживання країни. Разом з тим, ЖКГ багатьох регіонів Російської Федерації має значні резерви економії електричної та теплової енергії, а також води (як енергоносія).

За даними попередніх обстежень, проведених у ряді регіонів Росії, резерви економії на початок ХХІ в. складають:

- за тепловою енергією – від 25 до 60%;
- за електроенергією – від 15 до 25%;
- за водою – від 20 до 30%. У цілому по Росії питоме споживання енергоресурсів на одну людину (частково внаслідок різних кліматичних умов) значно перевищує відповідні показники європейських країн:

- за теплою – в 2-3 рази;
- за водою – в 1,5-2 рази.

Енергозбереження не є чимось новим, в допобудовний період воно було і постійно залишалося основним завданням енергетиків та технологів.

Більшість країн світу з розвиненою ринковою економікою, включаючи Великобританію, пройшли складний шлях розвитку від енергоємної моделі економічного зростання, при якій темпи росту загального енергоспоживання перевищують або дорівнюють темпам зростання ВВП, які, у свою чергу, вище темпів зростання споживання електроенергії, до енергозберігаючої.

Перед населенням РФ стоїть завдання приведення оплати за комунальні послуги у відповідність з фактичними витратами як один з важелів, що стимулюють економію енергоресурсів і зниження державних дотацій у комунальну сферу. Найефективніший стимул економії енергоресурсів з боку споживача – це оплата за їх фактичне споживання.

А.М. ІМЕНИННИК, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

КОНТРОЛІНГ ПРОДУКТИВНОСТІ ФАКТОРІВ ВИРОБНИЦТВА

Оптимізація фінансового результату при гарантованій ліквідності може розглядатися як головна мета контролінгу, для досягнення якої розв'язуються основні його задачі – формування цілеспрямованого комплексу заходів щодо

досягнення головної мети. Фінансовий контролінг, як важливий елемент системи загального контролінгу, є ефективною координуючою системою забезпечення взаємозв'язку між формуванням інформаційної бази, фінансовим аналізом, фінансовим плануванням і внутрішнім фінансовим аудитом та досягненням соціальних і ринкових цілей, а також з необхідними для цього виробничими факторами та фінансовими ресурсами (рис. 1).

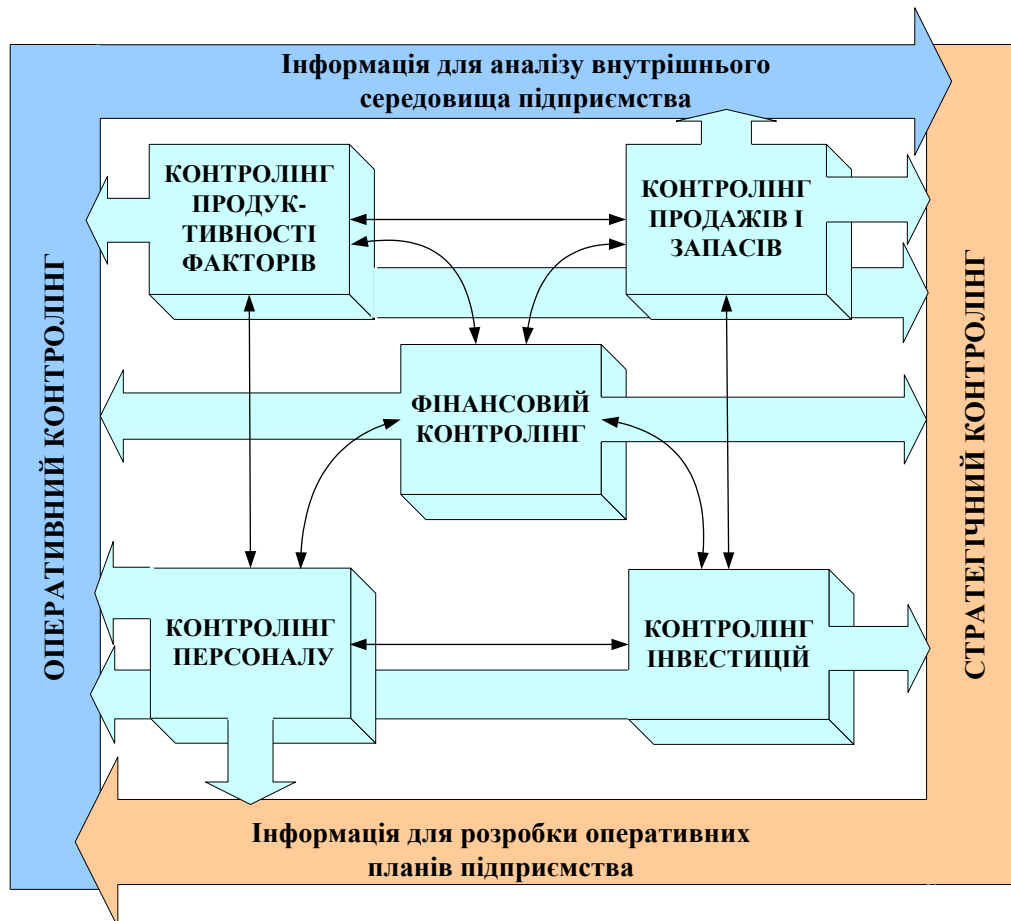


Рис. 1. Структура контролінгу підприємства, орієнтованого на зростання продуктивності факторів і ефективності фінансових ресурсів

Обов'язкове складання фінансових планів в Україні практикується лише на підприємствах державного сектору економіки. Практика останніх років господарювання показала, що існують суперечності між потенціалом державного виробничого сектору і незадовільними соціально-економічними результатами його функціонування в умовах ринку. У зв'язку з цим особливу актуальність набуває удосконалення організації фінансової діяльності державних підприємств, що дозволяє реалізувати наявні матеріальні і фінансові ресурси цього унікального елемента ринкової економіки.

З рис. 1 видно, що при застосуванні контролінгу, орієнтованого на зростання продуктивності факторів і ефективності фінансових ресурсів підприємства застосовується контролінг продуктивності факторів виробництва. Як відомо, найбільш поширеним напрямком контролінгу є його орієнтація на максимізацію прибутку та вартості капіталу власників при мінімізації ризику і збереженні ліквідності та платоспроможності підприємства. Нова концепція є конкретизацією цього напрямку контролінгу, бо дозволяє визначити внесок різних виробничих факторів у приріст прибутку підприємства, що створює умови для раціонального використання власних фінансових ресурсів, підвищення їх ефективності та зростання обсягів у динаміці (рис. 2).



Рис. 2. Основні процеси контролінгу, орієнтованого на зростання продуктивності факторів і ефективності фінансових ресурсів

Насамперед, мова йде про запровадження багатофакторних показників продуктивності, які пов'язують показник валового випуску з рядом витрат ресурсів. Це показники багатофакторної продуктивності у формі «капітал – праця – енергія – матеріали – послуги» (KLEMS), які вже давно застосовуються в США. Зокрема, у сучасній методології вимірювання продуктивності розрізняють два показники:

1) Часткова продуктивність, яка співвідносить сукупний показник випуску Q з одним із видів ресурсів, що вводиться (капітал, праця, енергія, матеріали, тощо).

2) Сукупна продуктивність чинників виробництва, яка співвідносить сукупний показник випуску з набором виробничих ресурсів, що вводяться.

Проведений аналіз методичних розробок різних авторів дозволяє стверджувати, що:

1) метод KLEMS можна застосовувати лише для тих видів ресурсів, які відображаються структурою валового випуску продукції. В Україні валовий випуск продукції на рівні підприємства – це чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

2) у даний час у структурі чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) можна виділити, як елементи операційних витрат, лише фактори L – сума витрат на оплату праці і відрахувань на соціальні заходи, матеріальні затрати M та інші операційні витрати S . Що стосується витрат капіталу K , то вони мають визначатися сумою амортизації;

3) випуск продукції W , а також величини факторів $K + L + M + S = W$ мають бути виражені у незмінних цінах деякого року, що дозволяє розрахувати часткову продуктивність окремого фактора W/I , та вихідні частки факторів у загальному валовому випуску I/W .

Приріст випуску продукції за рахунок мультифакторної продуктивності обчислюється за формулою:

$$\Delta K L M S = \Delta W / W - [d_K (\Delta K / K) + d_L (\Delta L / L) + d_M (\Delta M / M) + d_S (\Delta S / S)],$$

де d_I – частка фактора I у загальному валовому випуску W у попередньому періоді;

$\Delta I / I$ – приріст фактора I у поточному періоді.

Експериментальні розрахунки показали, що концепція вимірювання часткової та мультифакторної продуктивності виробничих факторів може застосовуватись на рівні окремого підприємства. Зрозуміло, що поліпшити виконані розрахунки можливо, якщо у складі операційних витрат виділяти витрати енергії. Необхідно також в управлінському обліку оцінювати витрати факторів виробництва не тільки у поточних, але й у незмінних (постійних) цінах.

А.Б. ЗУБКОВА, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ІНТЕРНАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: НЕОБХІДНІСТЬ ЗМІНИ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Одним із викликів сьогодення є зростання ролі електронних комунікацій у міжнародному бізнесі. Так, в рамках роботи Світового економічного форуму було визначено «електронне управління та управління складними системами» як один із критичних/невідкладних напрямків роботи на 2012 рік та, зокрема, необхідних для розвитку міжнародної кооперації. Проте, вплив на світові економічні процеси таких електронних комунікацій потребує визначення.

Процес інтернаціоналізації економіки передбачає підвищення залучення підприємств країн до міжнародних ринків. При цьому ми є свідками трансформацій у суспільстві та певного суспільного феномену – побудові комунікацій у реальному житті на підставі попередніх віртуальних комунікацій.

Проведений аналіз серед країн-лідерів за обсягами світового експорту показав існування залежності між сукупною вартістю брендів компаній країни та обсягами експорту країни (коефіцієнт кореляції дорівнює 0.64). Результати дослідження серед компаній-світових лідерів за вартістю бренду засвідчили, що абсолютна більшість з них займає місця серед перших 5% у рейтингу всіх компаній присутніх у Facebook за кількістю прихильників. Кількість прихильників цих компаній становить від 500 000 до 35 278 671 фанів.

Отже, підприємство, що налагоджує комунікації із зацікавленими сторонами за рахунок електронних засобів має суттєво більші можливості у міжнародному бізнесі. Зокрема, це відбивається на зростанні вартості капіталу бренду компанії через зростання ринків збуту та продажів. Це, в свою чергу, знаходить відображення у обсязі експорту країни в цілому.

Таким чином, існуючі моделі управління бізнесом потребуються змін з огляду на включення електронних комунікацій не лише на етапі просування, а зміни філософії управління бізнесом загалом та впровадження нових показників ефективності управління підприємством.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМП'ЮТЕРИЗОВАНОГО ОБЛІКУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Організація комп'ютеризованого обліку витрат відбувається аналогічно принципам традиційного обліку витрат на паперових носіях. При цьому інтегровані інформаційні системи дозволяють окрім витрат відображати відхилення у використанні ресурсів. Це дає можливість проводити ефективний контроль та аналіз витрат. Автоматизація попередньої калькуляції собівартості продукції забезпечує розрахунок витрат на виробництво продукції шляхом використання інформації, збереженої у центральній базі даних щодо специфікації продукту, робочих планів та фактичних витрат центрів витрат на виробництво одиниці продукції. Це відбувається шляхом поетапної калькуляції витрат на виробництво окремих деталей і здійснення певних етапів виробництва та наступного додавання елементів витрат з метою отримання сумарних витрат на виробництво. На рис. 1 автором пропонується схема комп'ютеризованої попередньої калькуляції витрат на виробництво продукції. На відміну від існуючих розробок, даний підхід розглядає калькуляцію витрат як цілісний процес, що поєднує інформацію окремих центрів витрат, специфікацій та технологічних процесів. Дана схема допомагає наочно відстежити окремі стадії розрахунку витрат за допомогою комп'ютерних систем у процесі автоматичної калькуляції виробничої собівартості продукції. Це в свою чергу дає можливість спростити та зробити більш ефективною систему обліку та контролю витрат.

Як зазначалося раніше, розвиток сучасних технологій, глобалізація економічних процесів та посилення конкуренції призвели до того, що для того, щоб бути успішними на ринку, підприємства стають більшими, ускладнюється їх структура, вони змушені впроваджувати все більш складні виробничі та організаційні процеси. Відповідно, складна організаційна структура підприємств та різноманітні внутрішні процеси вимагають впровадження комплексних систем обліку, що могли б достовірно відображати ці процеси.

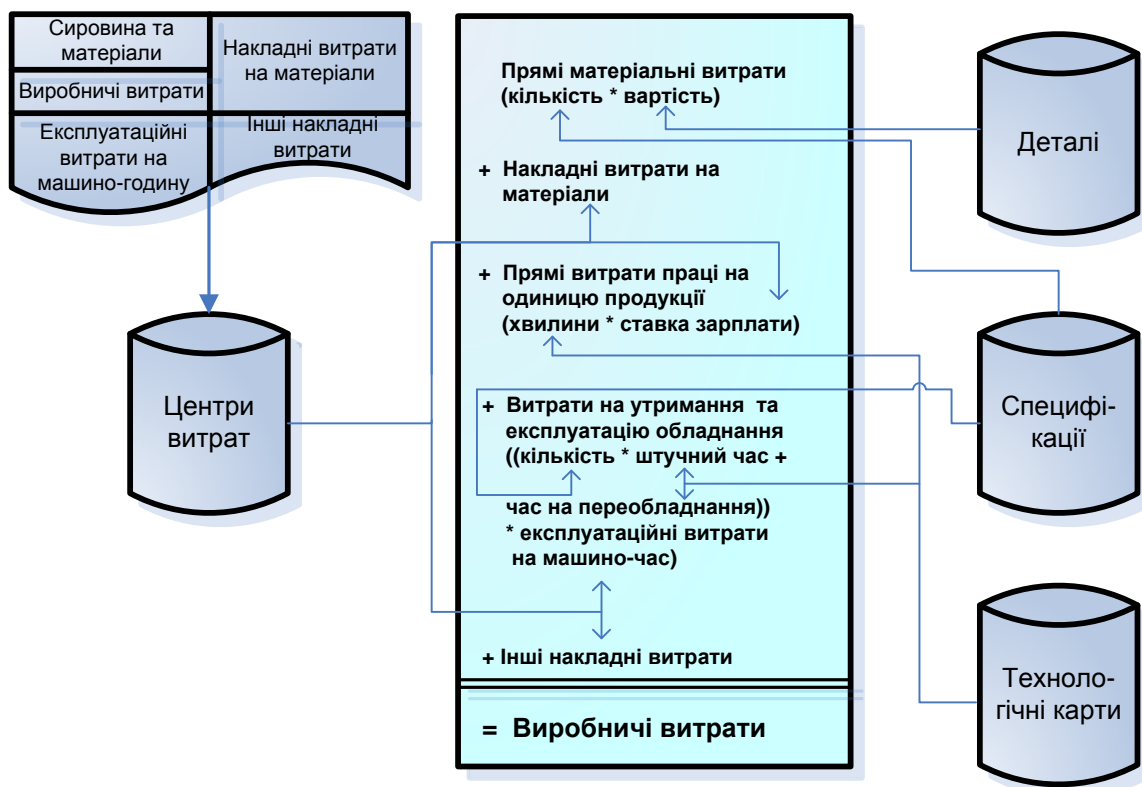


Рисунок 1. Схема комп'ютеризованої попередньої калькуляції витрат

Комплексні системи обліку витрат часто можуть бути реалізовані на практиці лише за допомогою сучасних інформаційних технологій. Зокрема, у системі обліку за видами діяльності відображення структури окремих процесів, розрахунок витрат на здійснення процесів, планування та калькуляція собівартості продукції є складними процесами і можуть бути ефективно реалізовані лише за умови використання сучасних інформаційних систем.

О.А. КЛЕПІНІН, О.А. ГАВРИСЬ, канд. екон. наук, НТУ «ХПИ» (м.Харків)

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

В умовах ринкової економіки для кожного підприємства, що розвивається рано чи пізно настає момент, коли його починає не задовольняти характеристики вітчизняного ринку, політичний клімат чи економічні умови в державі, тому само собою виникає питання виходу підприємства на зовнішні ринки. Для України це доволі актуальне питання, але нестача фінансових ресурсів, ганебний стан основних засобів, невідповідність продукції міжнародним стандартам,

а також застарілість технологій є, для багатьох підприємств, одними з основних причин, що перешкоджають виходу на закордонні ринки. Але в Україні існують підприємства, продукція та послуги яких є конкурентноздатними не тільки на вітчизняному ринку, а потенціал виробництва перевищує внутрішні потреби країни. Тому для збільшення обсягу продажу продукції та більш ефективного використання виробничих потужностей цим підприємствам необхідно шукати нові ринки збуту.

Питання розробки стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки висвітлювались в роботах таких авторів як В.А. Алексунін, Ф. Котлер, В.Г. Щербак, Дж. Еткінсон, В. Шкардун, Е.Ф. Прокушев, О.Н. Воронкова, А. Кіреєв та інші.

Сутність досліджуваної проблеми полягає в тому, що компанії, яка вирішила вийти на іноземний ринок, необхідно взяти до уваги існування безлічі обмежень і перешкод у міжнародній торгівлі – як у країні, на ринок якої вона збирається вийти, так і в своїй власній. Маркетинг на міжнародній арені є дуже складним, тому що охоплює не тільки збут, але й інші сфери діяльності підприємства, в тому числі виробництво, НДВКР, постачання, та фінанси. Крім того необхідне глибоке розуміння соціально-економічних та національно-культурних умов, що склалися в країні, де підприємство збирається здійснювати свою діяльність.

В.М. КОБЕЦЬ. НТУ «ХПІ» (м. Харків)

НЕОБХІДНІ КОМПЕТЕНЦІЇ ДЛЯ ВИПУСКНИКІВ З МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Економічні умови сьогодення вимагають приділяти питанню якості підготовки менеджерів зовнішньоекономічної діяльності ще більше уваги. Одним з найважливіших питань є виявлення найважливіших компетенцій випускників цієї спеціальності.

Питаннями необхідних компетенцій сучасних менеджерів займалися такі дослідники, як М. Євтух та Л. Дибкова, О. Главацька, М. Благонравін, Е. Белан, Л. Знікіна, С. Федулова, Г. Тюлю.

Науковець Л. Отрощенко вважає, що професійна компетентність фахівця зовнішньоекономічного профілю забезпечується сформованістю її наступних

структурних компонентів: мотиваційно-вольовий, функціональний, інформаційний, комунікативний й рефлексивний.

Автори загальноєвропейського проекту TUNING («Налагодження освітніх структур в Європі») вказують на такі необхідні компетенції для випускників бізнес-програм навчання:

- ключові загальні компетенції: спроможність працювати у міждисциплінарних командах; спроможність до аналізу та синтезу; спроможність до критичності та самокритичності; та ін.;

- ключові спеціальні компетенції: здатність структурувати і аналізувати складні ділові проблеми; здатність зробити критичні оцінки стратегічному рішенню; навички до управління змінами; та інші.

Вважаємо, що питання пошуку необхідних компетенцій сучасних менеджерів зовнішньоекономічної діяльності повинно об'єднувати підходи дослідження як вітчизняних вчених, так і іноземних.

В.І. КОВШИК, А.Б. ЗУБКОВА, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах інтернет-реклама є одним з найбільш доступних інструментів, які широко використовуються підприємствами різних галузей для просування товарів і послуг на внутрішньому та міжнародному ринках. Вона є дієвим засобом забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Проте відсутність систематизованого підходу до оцінки ефективності реклами в Інтернеті ускладнює її застосування у маркетинговій діяльності підприємств.

Сучасні підходи до аналізу ефективності рекламних кампаній в Інтернеті базуються на розрахунку показників економічної та комунікативної ефективності. Вони застосовують статистичні дані веб-сайтів щодо дій користувачів, а також інформацію про витрати підприємства на рекламу. При цьому основними проблемами є недостатня точність інформації, одержаної зі статистики відвідування сайту, через технічні особливості процесу збору даних та якісний характер деяких показників. Крім того, важливим є питання встановлення взаємозв'язку між вихідними даними, показниками і результатами оцінки.

В результаті дослідження було розроблено методичний підхід до оцінки ефективності інтернет-реклами, що поєднує в собі аналіз комунікативної та економічної ефективності шляхом розподілу існуючих показників на дві відповідні групи та визначення необхідної інформації для розрахунку кожного з них. Також були запропоновані заходи з вдосконалення процесу збору і аналізу даних для проведення оцінки: одночасне використання декількох технологій збору даних для підвищення точності результатів, використання непрямих засобів визначення якісних показників, комплексний підхід до оцінки.

Таким чином, запропонований методичний підхід до оцінки ефективності враховує взаємозв'язок між групами показників і може бути використаний для вдосконалення системи оцінки міжнародної маркетингової діяльності підприємства у мережі Інтернет.

Н.В.КОЗЕНКО, В.Ю.МИКИТЕНКО, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Інформаційна революція стала основною точкою реформування для усіх сфер людської діяльності, у тому числі і менеджменту. Минулі форми функціонування бізнесу та суспільства стали неможливі, а тому структурні зміни бізнес-середовища є передумовою формування нової актуальної моделі менеджменту. Розвиток менеджменту у сучасних умовах виражається в наступних тенденціях:

- бурний розвиток засобів зв'язку та інформаційних технологій;
- глобалізація усіх сфер життя, зокрема бізнес-процесів;
- формування в умовах глобалізації інформаційного суспільства – шару суспільства, який характеризується значним інтелектуальним потенціалом та новою системою цінностей;
- підвищення попиту на унікальну продукцію як результат формування нової системи цінностей у суспільстві;
- розвиток інформаційних технологій та підвищення інтелектуального рівня персоналу і клієнтів.

Планування виробничих процесів, складання бюджету, аналіз рентабельності інвестицій, управління проектами, будівництво інформаційної структури, розвиток

брендів – все це, без чого не можливо уявити собі управління бізнесом, з'явилося на початку XX ст. Саме тому, менеджмент як технологія, яка існує так давно, потребує оновлення та пристосування для XXI ст.

В даний момент існують передумови для актуалізації моделей менеджменту, з одного боку, з причини їх неефективності і неможливості відповідати на виклики бізнес-середовища, з іншого, – у зв'язку з тенденцією до глобалізації бізнес-структур. Реформування систем управління може забезпечити отримання організацією конкурентної переваги, яка може бути досягнута за допомогою вирішення наступних задач.

1. Забезпечення прискорення іноваційних процесів, тобто впровадження новітніх розробок як у сферу високих технологій та управління так і в область промислового виробництва.

2. Підвищення якості прийнятих рішень за рахунок підвищення загального професійного рівня персоналу.

3. Підвищення швидкості прийняття рішень за рахунок скорочення кількості осіб, які беруть участь у прийнятті рішень.

4. Залучення найбільш якісних ресурсів із зовнішнього середовища.

5. Підвищення адаптивних якостей організації з метою задоволення оригінальних, унікальних та прихованих потреб споживачів за рахунок географічної децентралізації, індивідуального підходу та розширення асортименту продукції.

Бізнес-простір дійшов до певної точки розвитку й потребує розробки нової концепції менеджменту, яка б дозволила бізнесу реформувати організаційну структуру таким чином, щоб вирішити актуальні задачі менеджменту, що у результаті успішних реформ забезпечить отримання конкурентної переваги.

И.А. КОТУХА, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Независимо от того, какую выгоду получает государство от участия в международной торговле, предприятие не начинает заниматься внешнеэкономической деятельностью, пока не определит для себя ее эффективность, которая проявляется в максимизации прибыли при минимальных затратах.

Основной характеристикой внешнеэкономической деятельности украинских предприятий является то, что они в большинстве случаев не пытаются искать и использовать новые резервы повышения ее эффективности.

Объемы продукции, импортируемой в Украину, значительно превышают объемы экспортируемой из страны. Это объясняется тем, что украинские предприятия во многом являются импортозависимыми, а отдельные виды продукции либо не производятся в нашей стране, либо не выдерживают конкуренции с зарубежными аналогами.

Сложности национальной экономики Украины требуют от субъектов предпринимательской деятельности искать новые рынки сбыта для своей продукции, что на сегодня является сложной задачей.

При выходе на внешний рынок существует множество трудностей и проблем, связанных с отсутствием комплексного подхода к оценке и анализу эффективности внешнеэкономической деятельности.

Осуществление внешнеэкономической деятельности требует особого подхода к управлению всем предприятием как системой.

Для решения проблем эффективности внешнеэкономической деятельности на уровне предприятия необходимо использовать научный подход к выявлению резервов, на государственном уровне – работать над укреплением позиций Украины в мировой торговле, что даст возможность выхода на новые рынки.

А.В. КРИСЕНКО, НТУ «ХПИ» (м. Харків)

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА-СУБ'ЄКТА ЗЕД

Важливою умовою ефективного функціонування підприємств, в особливості підприємств-суб'єктів ЗЕД, є пошук шляхів підвищення їх конкурентоспроможності та прибутковості. Бенчмаркінг є одним із найбільш сучасних та перспективних інструментів до визначення конкурентноздатності.

Бенчмаркінг визначається як метод аналізу й управління конкурентоспроможністю, що передбачає постійне дослідження найкращих практик з метою формування унікального набору конкурентних переваг. Девід Аакер, професор Каліфорнійського університету, представляє бенчмаркінг як контрольні порів-

няння, що передбачають зіставлення результативності складових бізнесу фірми з іншими підприємствами.

На жаль, більшість вітчизняних підприємств поняттям бенчмаркінгу не оперує. Наприклад, сертифікація системи якості підприємства відповідно до стандартів Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), що сприяє підвищенню конкурентоспроможності української продукції, яка виходить на міжнародний ринок. На сьогодні в Україні немає жодного прикладу сертифікації всієї організації бізнесу.

Позитивними наслідками застосування бенчмаркінгу для підприємства-суб'єкта ЗЕД є поліпшення власного бізнесу, усвідомлення порівняльного стану підприємства, одержання стратегічної переваги, збільшення рівня організаційного знання щодо досліджуваної компанії.

Найпоширенішими помилками при використанні бенчмаркінгового проекту являються сприйняття бенчмаркінгу як «інспекційної перевірки» функціонування підприємств, припущення, що вже існуючі й схвалені «базові параметри» можуть бути використані без змін, недостатньо повне обстеження конкурентного підприємства.

Таким чином, бенчмаркінг є важливим інструментом, особливо у ситуації коли необхідно переглянути внутрішню ефективність діяльності підприємства та визначити нові пріоритети на зовнішньому ринку.

А.М. ЛАРКА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

БЮДЖЕТУВАННЯ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНИМИ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Впровадження систем якості на підприємстві є нерозривно пов'язаним з управлінням витратами, що потребує значної уваги та пошуку нових підходів до реалізації цього процесу. Для реалізації концепції безперервного вдосконалення доцільно використовувати повні бюджетні системи. Переваги їх використання базуються на циклічності бюджетного процесу. При бюджетуванні потрібно перейти від традиційних фінансових цілей до збалансованої системи показників, що розкриває стратегічне бачення з точки зору різних зацікавлених сторін та деталізації його до рівня окремих індивідів, та елементарних операцій, за допомогою яких описуються бізнес процеси. Для цього при складанні бюд-

жету важливо розширити перелік факторів, що впливають на рівень виручки. В цьому контексті буде корисною методика калькулювання собівартості, бюджетування та управління на основі видів діяльності. В результаті використання процесного описування діяльності підприємства формується зв'язок між операціями, які здійснюються для виробництва продукції і задоволення споживачів, та величиною витрат, що ними породжуються. Переміщення уваги з об'єму виробництва на виробничі операції змінює характер поведінки значної частини накладних витрат, які по суті стають змінними по відношенню до обсягів операцій. В цьому випадку аналіз цих витрат виявляється дуже корисним, бо дає додаткову інформацію про причини їх поведінки та можливості їх зниження.

При використанні бюджетних систем перед підприємством не стоїть вимога виконання плану будь-якою ціною. Важливо в її рамках акумулювати інформацію для чіткого уявлення процесів виробничо-господарчої діяльності і розуміння взаємозв'язку рішень, що приймаються та отриманих результатів.

М.І. ЛАРКА, канд. екон. наук, *Є.О. КАТКОВ*, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ІННОВАЦІЇ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ – ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Проблема українських підприємств полягає в недооцінці і недостатньому стимулюванні розробок власних інновацій та інтелектуального капіталу, а також орієнтації на дублювання вже існуючих світових моделей господарювання. Конкурентоспроможність підприємства і країни в цілому залежить від здатності її промисловості впроваджувати нововведення і модернізуватися, тим самим просуваючи інновації, розвиваючи інтелектуальний потенціал, створюючи національне багатство держави.

Успіх практичної матеріалізації інтелектуального капіталу (патенти, ліцензії, моделі, програми) безпосередньо залежить від кількості ресурсів, витрачених на її реалізацію. Але результат цих зусиль найчастіше не визначений в тому сенсі, що одні експерименти можуть мати успіх, а інші ведуть до невдачі. Сама поява інноваційних можливостей характеризується високим ступенем невизначеності, тому довгострокове економічне зростання перебуває в прямій залежності від прибутку, одержуваного від інновацій або факторів, що зменшу-

ють витрати на створення інновацій. Можна виділити наступні фактори, що стимулюють інноваційну діяльність:

1) високу продуктивність НДДКР (стимулює подальші дослідження і тим самим збільшує число можливих інновацій);

2) наявність висококваліфікованої робочої сили (більш кваліфіковані працівники знижують витрати впровадження та поширення нових інновацій в економіку);

3) правове середовище, в якій права власності на інновації мають чітке, закріплене в законодавстві визначення;

4) пільгове або безвідсоткове кредитування (НДДКР, як і будь-яка інша інвестиційна діяльність, має схильність до зниження при високих процентних ставках);

5) гнучкий ринок праці, що забезпечує низькі витрати на робочу силу;

6) високу мобільність кваліфікованої робочої сили всередині фірм і галузей.

В основі будь-якої інноваційної діяльності лежать нові знання, при цьому найціннішими знаннями є ті, які відображаються у формі охороняємої інтелектуальної власності. Найбільший інтерес на ринку викликають результати інтелектуальної діяльності у вигляді технологій, що включають винаходи, промислові зразки, товарні знаки, програми для ПК, ноу-хау, тобто різні об'єкти правової охорони, що істотно підвищують комерційну цінність товару. При продажі технологій особливого значення набуває їх передача в сукупності з консультаційними та інжиніринговими послугами, обладнанням, системою збуту та сервісного обслуговування продукції, що випускається за продаваної технології.

На базі державної підтримки та фінансування освіти, розумне використання знань може слугувати суттєвою конкурентною перевагою Української економіки у глобальному світі. В основі успіху лежать зростаючі інвестиції в інтелектуальний капітал, в свою чергу інтелектуальний капітал підвищує ринкову вартість підприємства, яка в істотному ступені залежить від кількості наявних у фірми патентів, обсягу вкладень у НДДКР, ставлення до персоналу, ефективності структури управління та інших аналогічних факторів.

«MODERN METHODS OF ANALYSIS OF THE GLOBAL MARKETS»

The analysis of the global markets is called global environmental analysis. The importance of this analysis is that it can be build an effective strategy of development in the global markets.

One instrument to analyse the company's external environment is the PEST analysis. PEST stands for political, economical, social and technological factors. The segmentation according to PESTLE analysis is the starting point of the global environmental analysis. After the segmentation, the analysis consists of four further steps: environmental scanning (ES), environmental monitoring (EM), environmental forecasting (EF), and environmental assessment (EA).

The first step is ES. Through ES, every segment is analyzed to find trend indicators. Scanning is also used to detect weak signals in the environment. Scanning can include every material published in the media such as television, newspapers and periodicals. This method is called media-scanning. Looking for global trends on the internet can be defined as online-scanning.

The next step is EM. Through environmental monitoring, data about environmental developments are recorded, followed and interpreted. Out of this, historical development changes that are important for the company can be recognized and evaluated.

The direction, intensity and speed of environmental trends are explored through (EF). Especially the search for possible threats is of importance. A prognosis of trends is necessary to get a picture of the future. This is done by adequate methods, like strategic foresight or scenario analysis. Several other methods of forecasting are the following: guessing, rule of thumb, expert judgement, extrapolation, leading indicators, surveys, time-series models and econometric systems.

In the last step of the global environmental analysis, the results of the previous three steps are assessed. The discovered environmental trends are reviewed to estimate the probability of their occurrence. Furthermore, they need to be analyzed to evaluate whether they represent a chance or a risk for the company.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА

Основою для оцінки конкурентних можливостей підприємства служить дослідження потреб покупців. Така оцінка охоплює саме підприємство і його продукцію. Аналіз конкурентоспроможності пропонується здійснювати наступним чином.

1. Проводиться аналіз технічних показників виробу. Шляхом співставлення таких показників можна одержати повний набір індикаторів, характеризуючих відхилення властивостей пропонованого виробу від конкурентних товарів.

2. Аналогічно проводиться аналіз конкурентоспроможності по економічним показникам. При цьому використовують спеціально розроблені методики для виробів певного класу, які включають максимальне врахування всіх властивостей і характеристик товару, а також положення як самого товару так і його виробника на ринку.

На базі зведених індексів конкурентоспроможності по технічним і економічним показникам розраховується загальний показник конкурентоспроможності аналізованого виробу по відношенню до виробу-аналогу.

Аналіз конкурентних позицій виробника на ринку обумовлює виявлення факторів, які впливають на відношення покупців до нього і його продукції на ринку і зміни долі підприємства на конкретному ринку. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на цьому ринку базується на аналізі технологічного, виробничого, економічного потенціалу та його збутових можливостей. Ціль аналізу і оцінки конкурентоспроможності – визначити потенціальні можливості підприємства та заходи, які забезпечують йому конкурентні позиції на ринку, до яких можна віднести: забезпечення і підвищення конкурентоспроможності продукції; зміни характеристик виробу згідно з вимогами споживача; забезпечення конкурентоспроможності продукції в порівнянні з товарами-субститутами; виявлення і використання позитивного досвіду дальності конкурентів і розробка заходів, які дають переваги в порівнянні з ними; виявлення можливостей підвищення якості продукції; застосування цінових факторів конкурентоспроможності продукції; пристосування продукції до роботи в різних умовах.

На основі аналізу потенціалу встановлюються ліміти витрат всіх видів ресурсів. Аналіз діяльності підприємства і його конкурентів дає можливість виділити групу конкурентів, за рахунок витіснення яких може бути розширений ринок збуту товарів.

О.В. МОЗЕНКОВ, докт. екон. наук, Економічна Клініка «Український Менеджмент Інтелект» (м. Київ)

ОСНОВНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО СТИМУЛЮЮЧОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНСЬКІ ТЕЦ

Діючі нормативні документи з питань тарифоутворення не містять критеріїв розподілу прибутку між різними видами енергії, а також критеріїв формування рентабельності.

Аналізуючи основні складові тарифу, можна зробити наступні висновки:

- існуюча методика розрахунку тарифу здійснюється на основі сформованих витрат, до складу яких входять невиробничі витрати, розрахунок котрих відбувається з урахуванням старої нормативної бази, що не враховує застосування сучасних технологій, машин та обладнання;
- складова палива у собівартості продукції перевищує нормативне значення на 20-30 % від фактично використаного підприємством;
- використання законодавчо-нормативного значення рівня рентабельності на практиці має проблеми не на користь підприємства;
- доцільно скоротити витрати на утримання адміністративного апарату та соціальної інфраструктури;
- нерозв'язаним залишається питання втрат у мережах;
- на теплоелектроцентралях не створено ефективного механізму цільового використання складових тарифу (амортизаційних відрахувань, прибутку та інше) на відновлення, модернізацію та розвиток основних фондів;

Таким чином, вивчення впливу мотиваційних аспектів на політику формування тарифу в галузі централізованого теплопостачання на основі ТЕЦ дозволяє визначити ряд рекомендацій:

- визначення в законодавчих актах процедури спрощення розрахунків різних тарифів та затвердження тарифів (тарифів на виробництво, транспортування та постачання) одним державним органом;

- надання підприємствам права самостійного коригування тарифу в певних конкретних умовах;
- законодавче визначення часових меж процедури зміни тарифу;
- підвищення відповідальності органів місцевого самоврядування за рішення, які затверджені щодо формування рівня тарифів.

О.О. НОСИРЄВ, НТУ «ХП» (м. Харків)

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНІВ ЯК ФАКТОР ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Розвиток України впродовж останніх років в умовах гострої соціально-економічної кризи об'єктивно зумовив посилення уваги до стабілізації макроекономічної ситуації в державі з одночасним зменшенням уваги до регіонального розвитку, що призвело до зростання диспропорцій соціально-економічного розвитку територій. Суттєві регіональні диспропорції в державі ускладнюють її інтеграцію до світового ринку капіталу внаслідок складності проведення єдиної політики із залучення іноземного капіталу.

Аналіз економічної структури регіонів України свідчить про постійно зростаючу міжрегіональну диференціацію за показником обсягу виробництва валової доданої вартості на одну особу; про значний розмах варіації показника обсягу промислового виробництва на одну особу; про неоднорідність територіального розподілу внутрішніх і іноземних інвестицій тощо. Причиною цього виступають наслідки зрушень у технологічній структурі економіки, які мають територіальну нерівномірність. Відбувається просторове подрібнення етапів і стадій виробничих процесів, що обумовлює класифікаційну і якісну диференціацію трудових функцій, яка приводить і до соціальної поляризації розвитку регіонів.

Аналіз конкурентних переваг регіонів України в процесі інтеграції держави до світового ринку капіталу свідчить, що темпи приросту інвестиційних ресурсів в Україні не є адекватними позитивним тенденціям макроекономічних показників. Однією з причин цього є несприятливий інвестиційний клімат як взагалі в Україні, так і в окремих регіонах. У регіональному вимірі домінуюче положення у залученні ПІІ займає м. Київ, якому суттєво поступаються як високорозвинені індустріальні центри Донбасу та Придніпров'я, та і інші області

країни, особливо розташовані у західних регіонах. При збереженні пріоритету привабливості індустриальних регіонів Донбасу, Придніпров'я та Одеси їх питома вага в залученні ПІІ протягом десяти років майже не змінилась, або навіть зменшилась. Невисоким є інтерес іноземних інвесторів до вкладень капіталу в прикордонні західні області України.

Концентрація іноземних інвестицій свідчить про велике значення, якого надають інвестори рівню інфраструктурного та економічного розвитку регіонів. Основним фактором зміни обсягів припливу ПІІ в економіку регіонів є рівень середньомісячної номінальної заробітної плати, другим за силою впливу є обсяг валової доданої вартості в регіоні.

T. OMELIANENKO, NTU «KhPI» (Kharkov)

ACCOUNTS RECEIVABLE AS AN OBJECT OF MANAGEMENT BY ENERGY DISTRIBUTION COMPANY

The bulk of the floating capital in energy distribution companies (EDC) is taken by the accounts receivable. The level of receivables is often excessive and unreasonable due to insufficiently effective management. The term «accounts receivable» towards EDC should be updated according to accounts receivable management goals and energy branch peculiarities.

There we encounter several key peculiarities of the Ukrainian EDC accounts receivable management. Firstly, the merchantable product of EDC is single, because EDC sell only electric energy. Secondly, the consumers pay only for the quantity of the consumed energy within the fixed time period. Thirdly, consumer debt retirement should be in cash. Fourthly, there is no official consumer arrangement to repay the debt. In general the control of consumers' debt retirement is lost by the EDC managers, consumer debts become unmanaged. Each of them could be explained by complex factors, such as energy legislation claims, wholesale energy market structure, macroeconomic disbalance, consumers payment discipline and their behavior in that direction.

In consequence of the theoretical term analysis and practical aspects of receivables management in the energy branch in general and EDC in particular we suggest the definition of accounts receivable management of EDC. It reads as the officially

confirmed customer agreement to pay the cash amount by the target date according to the quantity of consumed electric energy within fixed time-period.

Unlike existing terms of receivables, we firstly focused on the Ukrainian energy branch peculiar properties and management aspects. There is a clear opportunity to use this term for solving compartmentalized scientific and practical problems of receivables management in the EDC.

А.А. ПАВЛОВСЬКА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

АУТСОРСИНГ ЯК ФОРМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В сучасних умовах господарювання гостро постає питання конкуренції. Для того щоб залишитись конкурентоспроможними підприємствам необхідно замислитись про підвищення ефективності роботи, удосконалення якості, зниження витрат. У цих умовах важливим інструментом управління стає аутсорсинг.

Аутсорсинг – це передання організацією певних бізнес-процесів і виробничих функцій на обслуговування іншій компанії, яка спеціалізується в цій галузі і здатна виконувати свої функції більш якісно та ефективно.

Наявність бізнес-процесу є відмінною рисою аутсорсигу.

Аутсорсинг умовно поділяють на два основних види: виробничий аутсорсинг і аутсорсинг процесів бізнесу.

Виробничий аутсорсинг передбачає передачу частини виробничих процесів або всього циклу виробництва сторонній компанії.

Аутсорсинг бізнес-процесів включає передачу сторонній організації окремих процесів бізнесу, які не є для підприємства основними. З їх числа на аутсорсинг можуть бути передані такі функції, як управління персоналом, інформаційним забезпеченням, бухгалтерський облік, маркетинг, реклама, логістика тощо.

Використання аутсорсингу дає змогу підприємствам сфокусувати увагу на основному виді діяльності, скоротити додаткові витрати, оптимізувати штатний розклад, знизити інвестування в неосновні фонди, гнучко реагувати на зміни ринку та всередині компанії, одержати доступ до ресурсів та технологій недоступних усередині підприємства, отримувати високоякісні сервісні послуги.

Понад 2/3 компаній світу вдаються до послуг аутсорсингу. В Україні ця цифра на порядок нижче, проте понад 80% керівників вітчизняних підприємств, які вже знають, що таке аутсорсинг, планують почати використання його найближчим часом.

За даними міжнародної аудиторської компанії Ernst&Young, з початку 2010 року 26% компаній України передали частину своїх виробничих або бізнес-процесів іншим компаніям, тобто почали використовувати стратегію управління – аутсорсинг. В кінці 2009 року таких підприємств було лише 8 %. Тобто використання аутсорсингу набирає обороти в Україні, але темпи його розвитку надто повільні, оскільки підприємства побоюються передавати низку функцій через ризик їх виконання на неналежному рівні.

Найпоширенішими в Україні функціями, що передаються в аутсорсинг, є функції управління персоналом, правове забезпечення, реклама та маркетингові дослідження, транспортні перевезення, охорона, прибирання офісів та виробничих приміщень, ведення бухгалтерії, IT-забезпечення, адміністрування корпоративними Інтернет-сайтами.

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що аутсорсинг дозволяє підприємствам сконцентруватися на основній діяльності, зменшити потреби в капіталовкладеннях, скоротити операційні витрати, одержати доступ до передових технологій та ресурсів, оптимізувати штатний розклад, збільшити швидкість виходу на ринок, тобто посилити свої конкурентні переваги на ринку. І хоча цей вид управління підприємством має багато переваг і широко використовується за кордоном, він ще не настільки популярний в Україні. Не зважаючи на це, аутсорсинг є важливим напрямком в діяльності будь-якого підприємства

М.В. ПЕТРЕНКО, НТУ «ХПІ», (м. Харків)

ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ – ВЕКТОР ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Для успішного управління діяльністю підприємства дуже важливу роль має своєчасний та якісний аналіз фінансового стану підприємства, оцінка його ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та пошук шляхів підвищення фінансової стабільності. Місце аналізу фінансового стану як різновиду

економічного аналізу господарської діяльності в системі управління підприємством постає в тому, що управління фінансами здійснюється для досягнення планованих фінансових результатів з урахуванням невизначеності щодо майбутніх параметрів ринкового оточення.

Пропонуємо термін «оцінка фінансового стану підприємства» трактувати у вузькому і широкому сенсі, рис 1.



Рис. 1 – Трактування оцінки фінансового стану підприємства

Таким чином, специфіка задач, що вирішуються у процесі оцінки фінансового стану, кожного разу буде перебувати в ситуації певної суперечливості до узагальненого визначення. Коли ж воно буде досить повно й широко відображати сутність явища «фінансовий стан», то становитиме не інструментальну основу оцінки, а скоріше методологічне ядро, навколо якого формуватимуться терміни відповідно до конкретних задач управління.

УПРАВЛІННЯ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ

Швидкий розвиток ринків і гостра конкурентна боротьба обумовили бурхливий розвиток нових концепцій і технологій корпоративного управління. Все більшу значимість у процесі прийняття рішень сьогодні набуває нефінансова інформація, що базується на оцінці нематеріальних активів підприємства.

Особливу увагу сьогодні приділяється стратегічному управлінню. Для того щоб оцінювати ефективність виконання стратегії і управляти нею, менеджменту необхідна система управління, що дозволяє здійснювати моніторинг застосованих стратегічних ініціатив. Дослідження в даному напрямку призводять до появи нових парадигм, концепцій та інструментів.

Одним із найважливіших відкриттів серед подібного інструментарію стала Збалансована Система Показників (ЗСП). Це система стратегічного управління організацією, що тісно пов'язана з бізнес-процесами і оснований на наборі показників, підбраному таким чином, щоб врахувати всі суттєві аспекти діяльності підприємства.

Варто зазначити, що на сьогоднішній день не повною мірою вирішена проблема перспективної спрямованості ЗСП. Недостатньо розроблені концептуальні питання взаємозв'язку імовірнісних показників, що характеризують специфіку зовнішнього середовища, і відображають ризики, пов'язані з майбутнім станом господарюючого суб'єкта.

Особливе значення мають проблеми, пов'язані з встановленням якісної і кількісної визначеності взаємозв'язків в збалансованій системі показників. Дана визначеність стосується майбутніх можливостей бізнесу, а також фінансових ресурсів для їх здійснення. На ній базуються управлінські рішення, спрямовані на довгостроковий розвиток та стійкість господарюючого суб'єкта, отримання бажаного приросту капіталу.

РОЗРОБКА МЕХАНІЗМУ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА – СУБ'ЄКТА ЗЕД

Формування ринкової економіки в Україні істотно вплинуло на умови діяльності підприємств: змінилася форма власності, методи та принципи державного регулювання, посилилася міжнародна конкуренція. В сформованих умовах бізнесу традиційні методи управління підприємством мало підходять у швидкозмінному конкурентному середовищі на зовнішньому та внутрішньому ринках. Оптимальним процесом, який направлений на виживання й стабільне функціонування підприємства в подібних умовах є розвиток.

Дослідженням принципів, факторів, методів і досвіду впровадження системи менеджмента, спрямованих на забезпечення стійкого розвитку підприємств, займалися такі вітчизняні вчені, як А. В. Василенко, А. І. Пушкар, А. М. Тридід, Л. С. Ситник, В. П. Стасюк.

Метою дослідження є науково-методичне забезпечення стійкого розвитку підприємств з урахуванням національних особливостей ведення бізнесу.

Об'єктивні закономірності розвитку проявляються в економічній нестабільності, що є передумовою динамічної нестійкості діяльності суб'єктів господарства. Для того, щоб забезпечити та зберегти економічну стійкість підприємства необхідно спочатку об'єктивно ідентифікувати фактори, що є її потенційними передумовами та загрозами.

Поняття розвитку в загальному вигляді визначається як зміна процесу, явища від більш простого до складнішого та ефективнішого. Під управлінням розвитком підприємства розумітимемо виділену у складі підприємства систему, в якій об'єднані всі процеси, що ведуть до зміни складу, властивостей, структури зв'язків і стосунків складових елементів виробничо-економічної системи.

Кожне підприємство повинне розробляти власну стратегію, за допомогою якої можна було б прогнозувати «критичний шлях» підприємства на найближчі і більш віддалені перспективи, намічати допустимі межі ризику та виявляти поріг можливостей підприємства.

Залежно від впливу зовнішнього середовища, внутрішніх факторів, стратегічних завдань, поточних індивідуальних особливостей підприємства механізм стійкого розвитку може включати в себе безліч різних елементів: організа-

ційно-управлінських, технологічних, маркетингових, фінансових, інвестиційних і т.д.

Стабільне функціонування підприємства можна забезпечити лише через процес управління. Створення організаційно-економічних умов, які б забезпечували ефективність операційної діяльності підприємств, можливе лише за добре налагодженого менеджменту.

Н.Є. САФОНІК, О.М. ГРИНЕНКО, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Важливою складовою частиною стабілізації господарської діяльності вітчизняних підприємств є розвиток зовнішньоекономічної діяльності. Зовнішньоекономічна діяльність – одна зі сфер господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою та науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом товарів, послуг, виходом підприємств, організацій на зовнішній ринок. Важливість підвищення зовнішньоекономічної діяльності є суттєвим фактором ефективності господарської діяльності як на рівні окремих підприємницьких структур, так і в масштабах усієї країни.

На сучасному етапі зовнішньоекономічна діяльність вітчизняних підприємств потребує вдосконалення. Цьому, повинна сприяти виважена державна політика у зовнішньоекономічній сфері, що націлена на: перепрофілювання підприємств, які працюють на сировині і комплектуючих, що ввозяться із-за кордону, поставки яких є ненадійними й економічно невиправданими; випуск нової конкурентоспроможної продукції шляхом надання певних знижок при її експорті; зменшення ввезення низькоякісної, шкідливої продукції з закордону шляхом встановлення високого імпортного мита, та застосуванням інших нетарифних бар'єрів.

Для виявлення шляхів підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності вітчизняних підприємств необхідне: комплексне дослідження проблем та виявлення напрямків підвищення ефективності розвитку зовнішньоекономічної діяльності, вивчення сучасних аналітичних підходів і методів дослідження зовнішньоторговельних ринків, розробка організаційно-економічних заходів підвищення конкурентоспроможності експортної продукції та ефективності експортної діяльності вітчизняних товаровиробників.

Першим етапом аналізу шляхів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства має стати визначення кола країн, які є потенційно привабливими з точки зору проникнення на їхні ринки. При цьому необхідно ретельно проаналізувати стан середовища міжнародного маркетингу, який включає в себе вивчення системи міжнародної торгівлі, економічного середовища кожної з країн та їхнього політико-правового та культурного середовища.

Підприємство також повинне взяти до уваги існування безлічі обмежень і перешкод у міжнародній торгівлі таких, як: митні тарифи, валютний контроль з боку держави, а також ряд нетарифних бар'єрів. Вітчизняний товаровиробник спроможний вийти на світовий ринок лише за умови виробництва якісної продукції, яка б відповідала існуючим запитам і потребам споживачів. Розв'язання цієї проблеми можливе лише за умови вкладення капіталу та впровадження сучасних інноваційних розробок у пріоритетні галузі, тобто забезпечення інтенсивного розвитку економіки.

Для досягнення найбільшого економічного ефекту від зовнішньоекономічної діяльності слід розвивати виробництво експортної продукції, яка дозволяє одержати найбільшу валютну виручку на одиницю витрат, та імпортувати ті товари, власне виробництво яких викликало б найбільші затрати на одиницю вкладених валютних коштів. На основі всебічного вивчення кон'юнктури світових ринків, підвищення конкурентоспроможності продукції, застосування сучасних технологій можна досягти ефект у зовнішньоекономічній діяльності.

Основним аспектом підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств є вдосконалення системи підтримки національного товаровиробника, запобіганням матеріальних збитків у галузях вітчизняної промисловості. Необхідно стимулювати вітчизняне товаровиробництво шляхом створення сприятливих економічних умов для розвитку і збільшення випуску вітчизняної продукції та надання послуг за рахунок удосконалення технологій виробництва, зберігання, пакування, транспортування та реалізації продукції.

ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ЦІЛЮВИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН З КЛІЄНТАМИ

Економічним обґрунтуванням маркетингової стратегії, орієнтованої на цільову взаємодію компанії зі своїми клієнтами та задоволення їх потреб, є її націленість на прибуткових споживачів або споживчі сегменти. Завдяки цьому компанії можуть більш адресно і ефективно витратити свої бюджети. Теза про те, що 20% споживачів приносять 80% прибутку, була вперше сформульована італійським економістом В. Паретто ще в 1897 році. Аналогічної точки зору дотримуються і сучасні дослідники. Такі клієнти є основою для стійкої конкурентної переваги компанії не тільки в поточний момент, але і в перспективі. Однак слід зазначити, що орієнтація маркетингової діяльності підприємства на задоволення потреб його клієнтів і на ефективну взаємодію зі споживачами може забезпечити підприємству також ряд інших суттєвих переваг:

1. Зростання доходів у розрахунку на одного споживача, тобто з боку компанії відбувається стимулювання споживачів до більш активного споживання її продукції і послуг.
2. Зниження операційних витрат.
3. Отримання особистих рекомендацій від вже лояльних споживачів.
4. Встановлення більш високої ціни і як наслідок отримання більшого прибутку.

О.М. СІРЕНКО, НТУ «ХП» (м. Харків)

ПОБУДОВА СИСТЕМИ ІНДИКАТОРІВ ПОТЕНЦІАЛУ ВНЗ

Пропонуються принципи побудови системи індикаторів потенціалу ВНЗ за напрямками його діяльності та рівнями управління.

В структурі потенціалу ВНЗ в залежності від напрямів діяльності (освітньої, наукової, фінансово-господарської, маркетингової) виділяються рівень функціональних потенціалів та базовий субфункціональний рівень, який складається з потенціалів кадрового, майнового та соціальних відносин. Тому індикатори спочатку класифікуються за функціональною ознакою, а потім розподіляються на групи індикаторів субфункціональних потенціалів.

В залежності від тривалості планових періодів ВНЗ здійснює операційну, тактичну і стратегічну діяльність. Оскільки контрольованими ВНЗ показниками його операційної діяльності є законодавчі та нормативні вимоги, то вони утворюють групу нормативних індикаторів. На тактичному рівні управління показники повинні відображати можливості закладу адаптуватися до ринкових вимог і створювати переваги над конкурентами, тому вони відносяться до конкурентних індикаторів. Виконання стратегічних завдань потребує інноваційної діяльності та нарощування ресурсів, тому відповідні індикатори визначимо як стратегічно-інноваційні.

Перелік індикаторів визначається згідно рекомендацій «Берлінських принципів ранжирування університетів», зокрема з урахуванням забезпечення ясності і однозначності методології; вибору індикаторів відповідно до їх релевантності та валідності; переваги досягнутим результатам, а не початковим ресурсам; чіткого визначення методів оцінок різних індикаторів; стандартизації та статистичної значущості критеріїв; аналізу якісних характеристик діяльності ВНЗ на основі процедур і методів експертного оцінювання із дотриманням гармонійності та збалансованості системи індикаторів.

І.Л. СИТАК, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Питання правильної оцінки фінансових результатів діяльності та стану економічної стійкості підприємства за сучасних кризових умов господарювання є досить актуальними, як для його керівництва і власників, так і для інвесторів, партнерів, кредиторів, державних органів.

У сучасній економічній літературі наводяться різні формулювання та оцінки економічної стійкості підприємства. В основному класифікація здійснюється для абстрактного, без урахування галузевої належності, підприємства, що недостатньо для формування адекватного зовнішніх і внутрішніх чинників механізму забезпечення економічної стабільності, тому що кожна галузь, а машинобудування особливо, має свою специфіку.

Однією з проблем оцінки економічної стійкості є слабка методична підтримка, відсутність у економістів підприємств якісного інструментарію вибору різних варіантів управлінських рішень. Різноманітність методик, їх побудова

базується на тому, які конкретні показники діяльності підприємств потрібно вважати показниками його економічної стійкості. Ряд авторів при виборі показників базуються на визначенні складових економічної стійкості, що відображають окремі аспекти економіки підприємства. Перелік складових варіюється у різних авторів і визначається їх розумінням сутності і значенням економічної стійкості в діяльності підприємства. Тому вважаємо за доцільне розробку показника інтегральної оцінки економічної стійкості підприємств машинобудування, котрий би задовольняв вимоги сучасної економіки і міг би чітко спрогнозувати рівень економічної стійкості машинобудівного підприємства.

Ю.А. СМЕТАНА, Т.В. ДАНЬКО, канд. екон. наук, НТУ «ХП» (м. Харків)

УПРАВЛІННЯ РОЗРОБКОЮ НОВОГО ТОВАРУ ДЛЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКА

Ключовим моментом в завоюванні позицій на ринку щодо численних конкурентів є своєчасне відновлення вироблених товарів, підготовка і організація виробництва нових видів продукції. У сучасному світі створення і виробництво нових товарів має вирішальне значення для процвітання підприємства. Згідно зі статистичними даними після освоєння нової продукції обсяги продажів підприємства можуть зрости більш ніж в два рази. Випускаючи нову продукцію і розширюючи асортимент пропонованих товарів, фірми також диверсифікують виробництво, що знижує фінансові ризики, пов'язані з операційною діяльністю підприємства.

Під новими товарами ми розуміємо оригінальні товари, удосконалені варіанти і модифікації існуючих товарів і нові торгові марки, які компанія розробляє силами власного відділу досліджень і розробок.

Управління розробкою нового товару охоплює всі стадії, що трансформують концепцію в реальний продукт. Розглянемо еволюцію основних підходів до управління розробками нових продуктів:

1. Ставка на технологію – інноваційні досягнення, використання яких забезпечує визначені переваги і комерційну вигоду підприємству, яке їх використало.

2. Ставка на маркетинг – процес, основними складовими якого є аналіз, планування, реалізація планів та контроль за здійсненням заходів, спрямованих на планування та розробку нової продукції

3. Збалансований підхід до технології та маркетингу – комплекс заходів, коли технологію використовують в якості засобу отримання і збереження переваг у конкурентній боротьбі.

А.С. СМІРНОВ, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

ОСОБЕННОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

На сегодняшний день существует множество программ кредитования малого и среднего бизнеса. Банковская конкуренция в сфере кредитования программ поддержки и развития малого предпринимательства довольно высока, так же, как и высок спрос на кредитные продукты данного рода среди предпринимателей. Несомненно, для любой кредитной организации кредитование малого бизнеса и среднего бизнеса является перспективным направлением деятельности.

Как правило, банковские кредиты выдаются под уже существующий бизнес. При этом желательно, чтобы он существовал не менее трех месяцев (в торговле) и шести – если предприятие занимается производством или оказанием услуг. Однако лишь этими условиями получение займа не исчерпывается.

Наиболее реальными и востребованными в малом и среднем бизнесе являются кредиты, которые условно можно разделить на "микrokредиты" (от 0,1 до 10 тыс. у.е., но чаще всего 0,5-5 тыс. у.е.), "стартовые" (обычно от 2 до 50 тыс. у.е.) и "малые" (от 2 до 100 тыс. у.е.).

Несмотря на то, что малый бизнес есть кому кредитовать, доступность этих денег, как признают кредиторы и заемщики, все же незначительная.

Как показали опросы предпринимателей, к основным причинам, препятствующим получению кредита в банке, можно отнести проблему залога и гарантий, а также высокие процентные ставки.

Кроме того, ключевой причиной слабости кредитных программ малого бизнеса в Украине является нежелание давать стартовые займы.

Н.Д. СТРЕЛЬЧЕНКО, К.Н. ЖАРЧЕНКО, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

НЕЛЕГАЛЬНАЯ МИГРАЦИЯ КАПИТАЛА ИЗ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В сегодняшних условиях глобализации и стремления Украины к интеграции в мировое экономическое пространство одной из важных проблем является нелегальная миграция капиталов из страны. Этому вопросу следует уделить особое внимание, поскольку его развитие способствует легализации средств, полученных преступным путем; является составным элементом теневой экономики; уменьшает инвестиционную привлекательность страны в целом.

Проблема бегства или утечки капитала из Украины одновременно и актуальна, и противоречива. Это объясняется отсутствием надежных статистических данных о величине капитала нелегально покинувшего страну, направлениях его потоков. Зато, очевидно, что масштабы этого процесса достаточно велики и соотносимы с величинами ежегодных приростов прямых иностранных инвестиций в Украину. В процессе нелегального вывоза из страны капитала особо важное значение придается процессу вывода средств из источника и концентрации их в центрах прибыли. Создаются схемы с максимальным уровнем легальности и грамотным использованием возможностей, предоставляемых действующим законодательством.

Проблема нелегальной миграции капитала из Украины практически не нашла отражения в Уголовном кодексе Украины – статья, целостно отражающая такое преступление в Уголовном кодексе отсутствует. Государство практически закрывает глаза на процесс нелегального перемещения миллиардов долларов за рубеж, и участники этого процесса чувствуют себя безнаказанно.

Одним из возможных путей воздействия на сложившуюся проблему можно считать формирование правового механизма, направленного на затруднение, утечки капиталов, имеющих криминальное происхождение; создание условий, оптимальных для хорошего инвестиционного климата; стимулирование активизации внутренних инвестиционных источников за счет структурных изменений в налоговой политике государства с целью сокращения и облегчения пути инвестиционных потоков в украинскую экономику без их увода за рубеж и последующего возврата в качестве иностранных инвестиционных ресурсов.

Г.С. ТРОЦКО, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

РОЛЬ І МІСЦЕ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ФУНКЦІОНУВАННІ ТА УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Машинобудівна галузь України характеризується низкою проблем і труднощів, які уповільнюють зростання конкурентоспроможності галузі.

Найчастіше у керівництва машинобудівного підприємства у зв'язку із складністю виробничого процесу та динамічністю потоків зовнішньої інформації, немає можливості оперативно отримувати достовірну інформацію про всі аспекти, пов'язані з діяльністю підприємства. В умовах, що склалися, закономірним постає питання необхідності володіння достовірною та своєчасною інформацією для прийняття стратегічних, тактичних рішень та рішень виробничого характеру (зміна технології, продукції та ін.). У зв'язку з зазначеними тенденціями вельми важливим стає використання автоматизованих систем управління (ІТ систем), які дозволяють прискорити та оптимізувати процес взаємодії структурних підрозділів та надають необхідну інформацію керівництву, що сприяє поліпшенню механізму управління та функціонування підприємства. Українські машинобудівні підприємства приділяють пильну увагу до інформаційних технологій як до одного із значущих факторів налагодження збору, обміну та обробки інформації для подальшого використання; удосконалення управління бізнесом на основі звітності в реальному часі; скорочення ситуацій дублювання задач; розвитку виробництва; бухгалтерського та податкового обліку; оптимізації процесів постачання; підвищення ефективності та конкурентоспроможності

І.А. ФЕДОРЕНКО, докт. екон. наук, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ОБГРУНТУВАННЯ СУТНІСНИХ ЗАСАД ТА КОМПЛЕКСУ ПАРАМЕТРІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ І РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ В РЕГІОНІ

Фармація – це специфічна сфера господарювання, яка є виробництвом і розповсюдженням лікарських засобів.

Дослідження теоретичних основ функціонування фармацевтичного ринку засвідчили, що більшість ключових проблемних чинників його розвитку визначаються через дуалістичну природу його системної організації, в якій протистоять особливості фармацевтичної продукції, як глибоко соціальних товарів

орієнтованих на забезпечення життя і здоров'я людини, з одного боку, і ринкова природа фармацевтичних підприємств, що як будь-яке підприємство орієнтоване на отримання прибутку і досягнення оптимальних показників рентабельності, з другого боку.

Ключовим параметром розвитку фармацевтичного ринку є оцінка витрат на охорону здоров'я. Витрати на охорону здоров'я в Україні складають 3,7% від ВВП, з них тільки 0,3 % на ліки, що значно нижче, ніж в розвинених країнах.

Для оцінки фармацевтичного ринку регіону пропонується виділяти такі найважливіші складові, як споживання населенням і просування підприємствами зовнішніх і внутрішніх товарів фармацевтичного ринку, а також здійснювати їх кількісну і вартісну оцінки.

Для вирішення багатьох завдань планування, аналізу і прогнозування функціонування підприємств фармацевтичної галузі істотне значення має виявлення, опис і дослідження господарських зв'язків фармацевтичного підприємства по широкому колу галузей і продуктів їх підприємств як на народногосподарському рівні економіки України, так і на рівні регіонів і великих галузей. Ця обставина приводить до необхідності побудови і використання багато продуктивних і багатогалузових економіко-математичних моделей для різних рівнів фармацевтичного комплексу.

О.І. ЧАЙКОВА, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СВІТІ

Кожне підприємство, створене для досягнення успіху з початку своєї діяльності, цільовим орієнтиром вибирає прогресивний розвиток. Розвиток підприємства планують і здійснюють шляхом розробки і виконання стратегії розвитку.

На ранніх стадіях свого життєвого циклу, а також в галузях або сегментах споживчого ринку, що динамічно розвиваються під впливом технологічного прогресу, використовують стратегію зростання, які можна звести до трьох основних напрямів: інтенсивне зростання – створення/захват ринку, розвиток ринку та/або промислового потенціалу; інтегративне зростання по відношенню до виробничого ланцюжка – вертикальна і горизонтальна інтеграції щодо основної

діяльності; зростання за допомогою диверсифікації, засноване на можливостях поза зоною звичайної діяльності.

Шляхом застосування стратегії диверсифікації, пропонуючи цілий комплекс товарів та послуг, підприємство може підвищити свою конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринку, ослабити можливі ризики, зменшити залежність від негативних процесів у конкретному вузькому сегменті ринку. Ці та інші причини спонукають підприємства розширювати сфери діяльності, починаючи новий вид бізнесу. Сучасні тенденції диверсифікації підприємств виявляються в міжгалузевій інтеграції промислових та торговельних підприємств. Нині в розвинених країнах основний економічний потенціал, що забезпечує 25–30 % загальних обсягів продажів, зосереджений в інтегрованих торговельних компаніях з виробничими підприємствами, банками та страховими організаціями.

К.Д. ЯМПОЛЬСЬКА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Однією з головних проблем сьогодні є відсутність науково обґрунтованих підходів до питань управління міжнародними маркетинговими комунікаціями. Парадоксально, але при зростанні значимості маркетингу як функції управління бізнесом та посилення впливу комунікацій на економічні та соціальні процеси в сучасному суспільстві, питань управління міжнародними маркетинговими комунікаціями інноваційного підприємства приділяється занадто мало уваги.

У стабілізаційних процесах в економіці України, темпи формування ринкових відносин ще невеликі. Однією з причин цього є недостатньо ефективність використання маркетингового механізму взагалі і безсистемне використання міжнародних маркетингових комунікацій у господарській діяльності інноваційних підприємств зокрема. Як правило, міжнародні маркетингові комунікації сприймаються як чисто функціональна діяльність, що є причиною управлінських конфліктів і погіршує інтеграцію комунікацій в систему управління інноваційним підприємством. Недооцінка важливості міжнародних маркетингових комунікацій, відсутність методологічного апарату їх реалізації призводить до

нераціонального використання ресурсів, що витрачаються на комунікації із зовнішнім середовищем і, як наслідок, до неефективного менеджменту.

Таким чином, об'єктивно необхідним стає вирішення проблеми розробки теоретико-практичних основ застосування міжнародних маркетингових комунікацій в системі управління ринковою діяльністю інноваційного підприємства в умовах вітчизняної економіки. У даній сфері необхідно проаналізувати: способи прийняття рішень у сфері комунікацій; критерії та методики оцінки їх ефективності; організаційні підходи до управління міжнародними маркетинговими комунікаціями інноваційного підприємства.

Секція № 3. СОЦІАЛЬНІ ПРОЦЕСИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

К.А. АГАЛАРОВА, НТУ «ХП» (м. Харків)

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ПОЛІТИКО-ІДЕОЛОГІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Сьогодні існує значна кількість теорій ідентифікації, що, перш за все, обумовлено міждисциплінарним характером даної проблеми. Залежно від того, які фактори у формуванні ідентичності визнаються першочерговими – соціальні чи індивідуальні, можна виділити соціологічний і психологічний ракурси їх аналізу.

Аналіз соціально-психологічних підходів до проблеми політико-ідеологічної ідентичності дає підстави для таких висновків:

- політико-ідеологічна ідентичність зумовлена глибинною потребою особистості у визнанні з боку «значущих інших», у груповому захисті, вже з боку «своїх» – референтних політичних груп і спільнот;

- ідентифікація з політичними групами, партіями є результатом не тільки міжособистісної, міжгрупової взаємодії, а й категоризації, осмислення безпосередніх чи опосередкованих взаємовідносин між групами і спільнотами в доступних індивідові поняттях.

Таким чином, цей підхід зосереджений на аналізі передусім внутрішніх детермінант політико-ідеологічної ідентичності особистості.

Натомість соціологічний підхід до аналізу політико-ідеологічної ідентичності дає підстави звернутися й до зовнішніх детермінант цього процесу. На користь цього свідчать наступні положення даного підходу:

- суспільство встановлює індивідові соціально-політичні рамки солідаризації;
- соціальний статус та класова ідентичність особи визначатимуть політико – ідеологічну ідентичність;

- індивід ототожнює себе із кількома групами, найзначуща з яких справлятиме вирішальний вплив на політико-ідеологічну ідентичність;

- значущість групи залежить від особливостей соціальної структури суспільства.

В цілому, аналіз різних теоретичних підходів свідчить, що кожна окрема теорія не здатна цілісно пояснити всі особливості політико-ідеологічної ідентичності індивіда. Тому виникає необхідність теоретичного синтезу і взаємодопов-

нюваності різних теорій у поясненні цього феномену, звернення як до зовнішніх, так і до внутрішніх чинників формування й актуалізації політичних ідентичностей.

Т.М. БАЙДАК, канд. соц. наук, **В.А. БОЛОТОВА**, канд. соц. наук, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ И МОТИВАЦИЯ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИЯХ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

Мотивация трудовой деятельности является главным средством обеспечения оптимального использования человеческих ресурсов. Основная цель процесса мотивации повысить общую эффективность и результативность деятельности организации при помощи максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов. Поэтому необходимо понимать, каковы потребности, ценности, мотивы сотрудников и как организовать деятельность организации, чтобы реализовать их в реальной ситуации. Чтобы ответить на эти вопросы, дирекцией Харьковского театра музыкальной комедии было организовано социологическое исследование, которое было проведено весной 2011 года сотрудниками кафедры социологии и политологии НТУ "ХПИ".

Анализ данных, полученных в ходе сплошного опроса в театре, показал, что для работников важнейшее значение имеют две ценности: хорошее здоровье и семья (по 74% каждая). Интересная работа, стоящая на третьем месте, немного отстает от них (56%). Наличие друзей и высокий материальный достаток заняли четвертое место (40%). Развлечения и отдых, карьера, высокое социальное положение, властные полномочия, стоят по существу, на последнем месте или вообще не входят в систему ценностей работников театра.

Ценностные ориентации обуславливают соответствующие мотивы труда. К числу существенных факторов, влияющих на то, почему работники трудятся в театре, относятся: уважительное отношение к ним руководства – 92%, поддержка и сплоченность коллектива – 91%, стабильная заработная плата, социальные гарантии – 90%, интересная, дающая возможность проявить творческие способности работа – 89%, удобный график работы и желание делать нужное и важное дело – по 86%, возможность найти применение своим способностям – 81%.

Знание и понимание того, что ценят люди и, что ими движет, позволит дирекции театра разработать эффективную модель управления трудовым кол-

лективом, подобрать оптимальные методы стимулирования персонала и, таким образом, достигнуть максимальной отдачи от работников и поставленных перед организацией целей.

С.В. ГРИГОР'ЄВА, О.А. КОЗЛОВА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

МОЛОДІЖНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЗАСІБ ПОДОЛАННЯ БЕЗРОБІТТЯ СЕРЕД МОЛОДІ

Безробіття серед молоді остається одною з найактуальніших проблем сучасного суспільства. Останнім часом в Україні спостерігається тенденція до збільшення кількості безробітної молоді. Це призводить до зміни психологічного настрою, руйнування професійних навичок, і взагалі, до втрати мотивації праці, наслідком цього є зниження престижності легальної зайнятості, зростання девіантної поведінки та злочинності.

Одним із засобів підвищення рівня зайнятості молоді, на наш погляд, може виступати молодіжне підприємництво. Молодіжне підприємництво – це особливий вид економічної активності молоді, спрямований на досягнення економічних інтересів, розкриття творчого потенціалу та самореалізацію молоді. Молодіжне підприємництво реалізується в таких функціях, як економічна, соціальна, ресурсна, демографічна, політична.

Однак розвиток молодіжного підприємництва в Україні ускладнюється, на нашу думку це пов'язано з наступними факторами:

- 1) недостатньою правовою захищеністю молодого підприємця (поняття «молодіжне підприємництво» відсутнє у Цивільному, Бюджетному й Податковому кодексах України);
- 2) браком необхідних економічних знань;
- 3) адміністративними бар'єрами та недовірою громадян до державної політики підтримки підприємництва взагалі;
- 4) відсутністю стартового капіталу та надійних зв'язків у сфері бізнесу;
- 5) корупцією в органах влади;
- 6) несприятливими умовами оподаткування й недосконалим податковим законодавством;
- 7) відсутністю доступу до пільгових кредитів.

Таким чином, на жаль, в нашій державі практично відсутнє розуміння ролі молодіжного підприємництва у здійсненні економічних перетворень. Неро-

звиненість інфраструктури, розрізненість підприємницької діяльності, недостатність інформації, перешкоджає становленню цивілізованого підприємництва, залишаючи підприємця один на один з складними економічними, фінансовими, технологічними, організаційними питаннями.

Отже, молодіжне підприємництво повинно стати предметом всебічної уваги з боку всіх рівнів влади, оскільки воно сприяє підвищенню рівня життя суспільства, скороченню безробіття через створення нових робочих місць, а також формуванню прошарку «середнього класу», який виступає основою соціально-економічних реформ, гарантом політичної стабільності та демократичного розвитку суспільства.

И.Н.КОВАЛЬ, ОКП «Харьковский театр музыкальной комедии» (г. Харьков)

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ПЕРСОНАЛОМ ТЕАТРА СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ: ОПЫТ ПРИКЛАДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Одним из методов управления персонала, воздействующим на результативность его работы является стимулирование. Его особенность заключается в опосредованном воздействии на поведение человека через систему мотивов. Соответственно, одни и те же стимулы могут восприниматься разными группами работников неодинаково и иметь неоднозначный эффект, что и обуславливает необходимость изучения оценки персоналом системы его стимулирования и выяснения представлений о ее оптимальной модели. Решение данной проблемы входило в число задач социологического исследования, проведенного в харьковском театре музыкальной комедии.

Опрос показал, что сотрудники театра считают наиболее эффективными методами стимулирования труда гибкие рабочие графики – 80%, доплаты за стаж – 75%, премии – 74%, увеличение оплачиваемого отпуска – 64%, повышение по службе – 62%. Таким образом, в условиях, когда на повышение оплаты труда по основному месту работу рассчитывать не приходится, гибкий рабочий график может предоставить возможность дополнительного заработка.

К повышению эффективности труда работников театра могут подтолкнуть и моральные стимулы: почетные грамоты – 52%; устные благодарности – 50%; награждение знаками отличия – 50%.

Как и следовало ожидать, в творческом коллективе не приветствуются стимулы, связанные с давлением, применением негативных санкций.

Неэффективными стимулами к работе сотрудники театра считают: увольнение – 56%; штрафы – 54%; перевод на более низкую должность – 52%.

Следует отметить, что в театре применяются как материальные, так и нематериальные стимулы, чаще других используются: гибкий график работы – 61%; доплата за стаж – 53%; награждение почетными грамотами – 46%; объявление устных благодарностей – 45%. По результатам исследования перспективным представляется дополнительное использование таких стимулов, как премии и доска почета (их эффективность отметили 74% и 45% соответственно).

Н.О. ЛЯШЕНКО, канд. соц. наук, НТУ «ХПИ» (м. Харків),
О.А. ГУЗЬМАН, канд. соц. наук, ХНУВС (м. Харків)

СТРАТЕГІЇ ГЕНДЕРНОЇ ПОВЕДІНКИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Уявлення людей про типові моделі поведінки чоловіків та жінок є невід'ємними елементами національної культури, які впливають також на формування організаційної культури. В умовах перетворення організацій, ускладнення їхньої культури менеджеру необхідно усвідомлювати та враховувати вплив всіх можливих факторів на економічну ефективність діяльності організації.

Під гендерними стереотипами ми розуміємо узагальнені та спрощені уявлення людей про моделі поведінки та риси характеру, які відповідають поняттям "чоловіче" та "жіноче". Їх можна поділити на три групи: стереотипи стосовно основних гендерних рис; стереотипи, які закріплюють сімейні та професійні ролі у відповідності до статі; стереотипи, які пов'язані з відмінностями у зміні трудової діяльності чоловіків та жінок.

Умовно можна виділити два типи уявлень про гендерні ролі в організації: традиційний та егалітарний. Традиційний базується на переконанні, що чоловіки – більш перспективні та вигідні працівники, вони мають перевагу в отриманні керівних посад, високу заробітну платню, неформальне домінування. Жінкам відводяться другорядні ролі, менша заробітна платня у зв'язку з їх некомпетентністю або необхідністю, перш за все турбуватися про родину, дітей. Стратегії поведінки жінок в такій організації:

1) підкоритися вимогам стереотипів, виконувати другорядні ролі в організації, ставитися до гендерної приналежності як до "долі";

2) намагатися в процесі професійної діяльності довести, що жінка в організації краще та перспективніше, ніж колеги-чоловіки;

3) обрати суто "чоловічу" поведінку, намагатися ні в чому не поступатися чоловікам.

Стратегії поведінки чоловіків у традиційній організації:

1) відповідати традиційним гендерним стереотипам: домінувати, будувати кар'єру та підкреслювати повсякчас свою маскулінність;

2) задовольнятися другорядними ролями, не виявляти активності, змиритися з жалісно-поблажливим ставленням колег та керівництва.

У зв'язку з існуванням та дією означених гендерних стереотипів традиційна організація неминуче втрачає активних та компетентних працівників жіночої статі, яким дуже важко зайняти своє місце. З іншого боку, послаблюється професійна активність чоловіків в умовах недостатньої конкурентної боротьби. Безумовною перевагою традиційної організації є передбачуваність поведінки її учасників, погодження з розподілом ролей, їх компліментарністю.

Егалітарний тип уявлень про гендерні ролі в організації ґрунтується на ідеї домінування в організації компетентності та професіоналізму без оглядки на гендерну приналежність. Вплив гендерних стереотипів на загальну діяльність такої організації мінімальний, всі можливі гендерні інверсії сприймаються толерантно. Переваги такої організації: гендерна приналежність не впливає на вертикальну та горизонтальну професійну сегрегацію в організації, можливість оцінювання працівників на основі його реального внеску в успішну діяльність організації, повага до проявів індивідуальності кожного працівника, підкреслення зацікавленості організації в професійному зростанні та професійній активності її персоналу. В результаті егалітарна організація має можливість зібрати різноспрямованих спеціалістів, які об'єднані досягненням однієї мети. Персонал, безумовно, зацікавлений в успішності діяльності організації, в межах якої можна почувати себе індивідуальністю та професіоналом одночасно. Недоліками егалітарної організації виступають вірогідні особистісні та міжособистісні конфлікти при стиканні розбіжностей в індивідуальних гендерних стереотипах, необхідність постійного підкреслення толерантності в міжособистісних відносинах.

Таким чином, врахування впливу гендерних стереотипів на функціонування персоналу організації дозволить підвищити рівень її культури і, як наслідок, позитивно вплинути на загальну ефективність діяльності організації.

Е.В. МАЛЯВИН, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В УКРАИНЕ: ОСНОВНЫЕ ПУТИ ЕГО ПОСТРОЕНИЯ

Демократические преобразования в Украине, начиная с 1990-х годов, создают важнейшие предпосылки для становления гражданского общества в нашей стране. В авторитарном и тоталитарном обществе сфера частной жизни людей подчинялась государству, сокращалось свободомыслие. После получения нами независимости началось стремительное разгосударствление собственности, что заложило основу экономической независимости личности. Однако, значительная часть собственности, перестав быть государственной, была присвоена старой бюрократией (фактически оставшейся у власти), на правах частной. Условия найма для многих существенно ухудшились: увеличилась продолжительность рабочего дня, произошел распад или уменьшение роли профсоюзных организаций, отсутствуют социальные гарантии занятости и т.д. Большая часть трудового населения не имеет возможности самостоятельно включаться в активную экономическую деятельность, прежде всего из-за увеличения коррупции и сложной, постоянно меняющейся, налоговой политики. Существенную роль в экономике играет теневой бизнес. В данных условиях многие политические и общественные проблемы уходят на вторые роли, уступая необходимости удовлетворения элементарных жизненных потребностей гражданина.

Для становления гражданского общества важным условием является наличие развитой, многообразной социальной структуры, где особую роль должен играть экономически обеспеченный и независимый «средний класс». Опыт развития цивилизованных стран показывает, что настоящее гражданское общество может существовать лишь в государстве с эффективной и конкурентоспособной, социально ориентированной экономикой. Необходимо констатировать, что сегодня основными путями построения гражданского общества в Украине является:

- создание новых возможностей участия граждан в управлении государственными и общественными делами, повышение политической и правовой культуры населения; наличие сильной оппозиции в лице политических партий;
- развитие разных форм общественного управления (союзы, благотворительные фонды, потребительские общества и т.д.);
- независимые СМИ, укрепление свободы информации и гласности, открытости общества на основе связей с зарубежным миром;
- наличие влиятельных женских организаций.

Необходимо также преодоление такого явления как социальная апатия.

И.В. МЕЛЬНИК, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

АКТУАЛЬНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Сегодня каждый из нас в той или иной мере сталкивается с такими остро-социальными проблемами как: алкоголизм, наркомания, СПИД, курение, беспризорность и многими другим. Эти негативные явления возникают в силу различных обстоятельств – неблагоприятная обстановка в семье, преступность, экологические катастрофы, экономический кризис и др.

С каждым годом негативные явления растут и перерастают из личных, семейных проблем в проблемы национального масштаба.

На сегодняшний день одним из самых действенных и актуальных способов привлечения к ним внимания является социальная реклама. Её главная цель: достучаться до людей и предупредить их о наличии выхода, о том что они не одиноки и им есть к кому обратиться за помощью.

В Украине существует множество благотворительных фондов, общественных благотворительных организаций, меценатов, спонсоров. Но проблема заключается в том, что социальной рекламой должны заниматься на правительственном уровне, охватывая все сферы жизни в особенности здравоохранение, образование, культуру и др.

К сожалению, частные благотворительные фонды, которые возглавляются состоятельными, влиятельными людьми и депутатами, зачастую используют то благо, которое они делают с корыстными целями для продвижения своей партии на выборах или просто для PR.

Социальная реклама должна быть актуальной, привлекательной, доступной, интересной особенно для молодежи. Поэтому она предполагает большие финансовые вложения. Хотя бы частично финансирование этой сферы должно осуществляться из госбюджета, поскольку эти проблемы носят национальный характер и их решения очень важны для всего населения.

Проблема соответствия социальной рекламы стоит остро и остается актуальной на сегодняшний день.

А.Н. ПОСТУПНОЙ, канд. фил. наук, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ УКРАИНЫ

Обещания политиков и политических партий превратить Украину в высокоразвитую страну, не требующие, в качестве предварительного условия, реиндустриализации страны – это шутка или глупость, а чаще всего – банальная пиар акция, призванная получить поддержку «электората» на очередных выборах. Причем, реиндустриализация не как простое расширение индустриального сектора экономики, а выход на массовое производство высокотехнологичных товаров и услуг. Источник богатства развитых стран не в самом факте выпуска индустриальной продукции, а в получении рентных преимуществ, источником которой является научно-техническое превосходство, воплощенное в этом производстве.

Важнейшая социальная проблема Украины в реализации подобной модели – отсутствие не только сколь ни будь разработанной модели ее внедрения, но и реальной социальной силы, готовой ее предложить и воплотить. *За все годы независимости страны она так и не появилась. Более того – все эти годы идет не только деиндустриализация, но и падение научно-технического уровня остающегося индустриального производства, за счет «вымывания» его наиболее развитых отраслей.*

Зарубежных инвестиций на реиндустриализацию страна не получит. Более того – ей всячески будут мешать осуществить ее и прежде всего развитые страны, на чью нишу в мировом разделении труда мы хотим претендовать.

Реализация подобного проекта первоначально требует концентрации огромных ресурсов, и прежде всего финансовых, всего лишь на нескольких современных направлениях, с неизбежным переводом всех остальных отраслей на

«голодный паек». Частный капитал, сконцентрированный в основном в сырьевом секторе, в этом не заинтересован. Эту задачу способно решить только государство, играющее ключевую роль в экономике. Именно поэтому Запад не просто рекомендует, а прямо требует от нас снижения экономической роли государства, защищая свои конкурентные преимущества.

Для реализации такого подхода необходима готовность и способность населения к высокопроизводительному труду. Задача – сверхсложная. Во-первых, в стране разрушена подготовка квалифицированных рабочих. Во-вторых, за годы независимости в обществе активно формируется потребитель, а не труженик.

Без решения этих проблем Украина не имеет шансов стать высокоразвитым государством.

Г-М.М. САППА, НТУ «ХП» (м. Харків)

ПРОФЕСІЙНА ОРІЄНТАЦІЯ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ ЯК АКТУАЛЬНЕ СОЦІАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

Професійна орієнтація визначається як наукова практична система підготовки особистості до свідомого професійного самовизначення. Цим визначенням особистість вводиться в центр процесу професійної орієнтації, стає суб'єктом профорієнтаційної діяльності – використовує засоби професійної орієнтації для підготовки до свого власного й самостійного професійного самовизначення. Займаючи позицію суб'єкта професійного самовизначення, особистість відходить від позиції об'єкта впливу з боку суспільства, державних і громадських організацій щодо вирішення своєї професійної долі, перестає служити об'єктам програмування ззовні. Суспільство в даному разі має сприяти пошуковій діяльності особистості, а не обмежувати цю діяльність вирішенням замовного завдання.

Головною метою профорієнтаційної роботи є сприяння специфічними методами посиленню конкурентоспроможності працівника на ринку праці та досягнення ефективної зайнятості населення. Крім того, важливими завданнями профорієнтації є виховання у молодих людей любові до різних видів праці, створення умов для продуктивної праці та перевірки на практиці своїх здібностей, вивчення, формування та розвиток інтересів, нахилів та здібностей моло-

дих людей, ознайомлення їх з найбільш поширеними професіями та професіями, які найбільше відповідають інтересам молоді тощо.

Зазначене вказує на застосування нових прогресивних методів профорієнтаційної роботи з молоддю та вимагає відновлення посад спеціалістів-профконсультантів, психологів, соціальних працівників, які можуть надавати допомогу в питанні професійного самовизначення; розгортання мережі державних агенцій, відділів профінформації та профорієнтації.

Н.Б. РЕШЕТНЯК, канд. екон. наук, **С.К. ДЕМЧЕНКО, В.А. ПАХАЙ**,
НТУ «ХП» (м. Харків)

СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ У СИСТЕМІ МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасних умовах господарювання наявність соціального пакету часто стає вирішальним фактором мотивації працівника до співпраці з тим чи іншим підприємством. Соціальний пакет, в який входять соціальні пільги й виплати, становить, по ряду даних приблизно 32,5% ,тобто третину загального пакету. З розвитком ринкових відносин особливо гостро постало питання забезпечення соціальних прав працівників, тому дана тема викликає загальний інтерес.

Насьогодні існує багато думок щодо поняття соціального пакету. Але висновок одностайний – це винагорода, яка надається роботодавцем своїм працівникам у відповідності до норм законодавства, а також та винагорода, яку роботодавець пропонує своїм працівникам з метою стимулювання персоналу на більш ефективну працю. Необхідним є грамотна розробка, впровадження соціального пакету та інформування персоналу про його реалізацію, пояснення необхідності та корисності його для персоналу.

Соціальний пакет на кожному підприємстві може включати різні складові, але основними його елементами є: потреби харчування (субсидіювання або повна оплата одноразового харчування, організація безкоштовного спецхарчування працівників); розвиток фізичного руху (надання абонементів до спортивних клубів); поліпшення житлових умов (видача кредиту на придбання житла, забезпечення гуртожитками молодих працівників, грошові виплати за опалення житла, газу); заохочення відпочинку та підтримка здоров'я (оплата санаторного лікування, медичне страхування, матеріальна допомога на оздоровлення тощо); бажання приналежності до підприємства (оплата корпоративного одягу, надан-

ня службового транспорту); поліпшення сімейних питань працівників (оплата навчання та відпочинку дітей співробітників). Набір послуг і пільг, що входять до складу соціального пакету, не повинен бути однаковим для всіх працівників, оскільки кожному працівнику притаманні власні особисті потреби.

Створені компаніями системи пільг еволюціонують: від надання простих (одиничних) пільг організації переходять до складної системи, що вимагає значних ресурсів для управління нею. Опції соціального пакету повинні періодично переглядатися. Окремі з них можуть надаватися на постійній основі. Це питання має розглядатися окремо на кожному підприємстві, в залежності від того, яку компенсаційну та мотиваційну політику проводить дане підприємство. Наявність даного аспекту мотивації персоналу в компаніях надає їй додаткового позитивного іміджу на ринку, свідчить про більш стабільне функціонування компанії. Таким чином, наявність соціального пакета, сформованого на основі комплексного та індивідуального підходів, має бути потужним стимулом для працівника на підприємстві.

І.О. АННЕНКОВ, Н.Г. АННЕНКОВА, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ПРОМИСЛОВИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ В ПОСТРАДЯНСЬКИЙ ПЕРІОД КРІЗЬ ПРИЗМУ КЛЮЧОВОГО АНАЛІЗУ СТРУКТУРИ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОГО БАЛАНСУ ТА ШЛЯХ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІНДУСТРІЇ З ТОЧКИ ЗОРУ ІСТОРІЇ НАУКИ І ТЕХНІКИ

Наприкінці 1980-х років у балансі експортно-імпортних поставок по всьому господарському комплексу УРСР спостерігалось негативне сальдо в 2927 млн. крб. Це означає, що, наприклад, у 1989 р. увіз продукції в УРСР на 6,24 % перевищував вивіз із неї. Причому, стосовно промисловості цей показник був гіршим – 8,05 %. У самій структурі експортних поставок переважала частка продукції машинобудування і металообробки – 36,69 %, на другий сходинці знаходилась продукція чорної металургії – 17,21 %, на третій – харчової промисловості – 14,93 %, на четвертій – хімічної промисловості – 8,36 %, решта частка експорту залишалась за всіма іншими галузями промисловості УРСР. Таким чином, на кінець 1980-х років 77,19 % експорту з УРСР складала продукція чотирьох з наведених секторів промисловості, з переважною часткою у ньому продукції машинобудування. Але, якщо розглядати перевищення вивозу над увозом по кожному з цих видів продукції, то, наприклад, продукції хімічної промисловості в цей же час в УРСР увозилося більше, ніж екпортувалося на 36 %. Перевищення вивозу над увозом продукції машинобудування складало всього 3,7 %, а по харчовій промисловості – 6,68 %. Отже єдиною галуззю промисловості УРСР наприкінці 1980-х років, вивіз продукції якої значно перевищував увіз (на 63,93 %) залишалась чорна металургія.

У 2010 р. у балансі експортно-імпортних поставок по всьому господарському комплексу України спостерігалось негативне сальдо в 9337 млн. дол. США, або ввіз продукцію в Україну перевищував вивіз на 15,37 %. Змінився розподіл місць й у структурі експортних поставок. Тепер на перше місце виїшла чорна металургія з 32,31 % від усього експорту України. Машинобудування змістилося на другу позицію з відповідними 17,85 %, хімічна промисловість – на третю (15,22 %), а харчова промисловість – на четверту (5 %). Отже впродовж 20 років у структурі експортно-імпортних поставок України доля

згаданих секторів господарського комплексу скоротилася майже на 7 % і склала на 2010 р. 70,38 %. Проте на сьогодні перевищення вивозу над увозом збереглося тільки в чорній металургії (83,1 %) та харчовій промисловості (2,5 %). Дефіцит продукції машинобудування, у той же час, склав 36,56 %, а хімічної промисловості – 278,87 %.

Наведені дані дозволяють говорити, що на момент надбання Україною незалежності лише її чорна металургія була здатною з лихвою забезпечувати своєю продукцією всі інші галузі республіканської промисловості та здійснювати, при цьому, не аби які обсяги експортних поставок. Трохи в гіршому стані знаходилася харчова промисловість та машинобудування, а хімічна промисловість не забезпечувала господарський комплекс УРСР більш, ніж третьою необхідних обсягів відповідної продукції. Між тим, криза 1990-х років показала, що машинобудування України виявилось неспроможним протистояти в конкурентній боротьбі на міжнародних ринках з-за низької якості та технічного рівня вітчизняної продукції. У результаті, втративши загальносоюзний ринок збуту машинобудівних виробів та не маючи можливості конкурувати на світовому ринку український машинобудівний сектор опинився на межі колапсу.

Як не дивно, але означений стан справ благодійно вплинув на розвиток чорної металургії, яка достатньо швидко переорієнтувалася на світові ринки відповідної продукції. Заняття своєї ланки на міжнародному ринку українські металурги розпочали із цінового демпінгу, поступово замінюючи його доведенням якості продукції до світових стандартів. Практично вдалося зберегти свої позиції і харчовій промисловості, що хоча й змістилася на четверте місце серед промислових галузей – основних наповнювачів експортної статті економіки України, але втримала позитивне сальдо у експортно-імпортному балансі.

Набагато гіршою склалася ситуація в машинобудуванні та хімічній промисловості. Розпад СРСР привів до значного подорожчання сировини для вітчизняної хімічної індустрії, а її успадковані Україною потужності – не достатніми задля забезпечення власних користувачів відповідною продукцією. Машинобудівний сектор на сьогодні продовжує триматися, здебільшого, лише за рахунок виробництва унікального, у тому числі – військового, обладнання. Але необхідно визнати, що вказана унікальність, у переважній більшості випадків, базується на науково-технічних розробках здійснених за часів УРСР.

Таким чином, проведений кліометричний аналіз основних складових експортно-імпортного балансу України дозволяє говорити про зменшення в ньому долі продукції промислового виробництва на користь сільського господарства. У самій же промисловій продукції перевага змістилася від виробів третього та четвертого ступеня переробок сировини до первинного-вторинного. Наведене свідчить про перехід України з розряду країн, що претендують на провідне місце у світовому науково-технічному розвитку до держав-аутсайдерів у цьому процесі.

Означений висновок не новий, сформований на інших методологічних засадах він міститься, зокрема, у роботі академіків НАНУ В. М. Гейця та В. П. Семиноженка. Проте з точки зору історії науки і техніки можна побачити ще один розряд причин такого стану і запропонувати додаткові шляхи для його подолання. Так, дослідження розвитку промислових галузей дають підстави вважати, що згадана трансформація української економіки була закладена ще в радянський період, чому свідчать і вже наведені дані структури експортно-імпортних поставок на кінець 1980-х років. Окрім того, більшість проблем сучасного машинобудування не є новими, а часто переслідують виробників ще з початку створення їх підприємств. Основними чинниками існування такої ситуації стають умови, коли: а) підприємствам створюється комфортне середовище для роботи без запровадження будь-яких новацій; б) рішення з планування поточно-перспективного розвитку підприємств та галузей приймаються без ретельного вивчення причин укладеного стану. В обох випадках ми отримуємо деградаційний шлях розвитку промислового сектору, який наочно відображається в структурі експортно-імпортних поставок.

Між тим, практичні дослідження в сфері історії науки і техніки дозволяють розкрити глибинні причини деструктивних процесів як на окремих підприємствах, так і в промисловості в цілому. Проте слід визнати, що на сьогодні дослідження вказаного плану здійснюються поодинокими вченими й не викликають ніякої зацікавленості як з боку урядових кіл, так і з боку бізнесових структур. У підсумку ми маємо безліч теорій виводу вітчизняної промисловості з ганебної ситуації, які базуються на моніторингу її сьогоденного та баченні бажаного майбутнього станів. При цьому, залишається доволі неясним, як ті теорії формуються за відсутності результатів досліджень причин, що призвели до появи проблематичних моментів. А, навіть, нечисленні проведені наукові дослі-

дження у вказаному напрямі свідчать про достатньо складні специфічні особливості розвитку не тільки окремих промислових галузей, а й окремих підприємств у нутрі цих галузей. Тобто, згадані теорії створюються на підставі занадто широких узагальнень науково не підтверджених даних, що апріорі переводить будь-які плани з реформи вітчизняної промисловості, базовані на цих теоріях, з розряду науково обґрунтованих до категорії псевдонаучних.

Таким чином, з точки зору історії науки і техніки, для інтенсифікації машинобудівного виробництва в Україні потрібне повномасштабне дослідження розвитку цієї сфери на українських теренах. Результатом цієї праці повинно стати розкриття докорінних причин утворених ситуацій по всіх галузях індустрії з урахуванням їхньої специфіки. На підставі отриманих результатів і за допомогою сучасних досягнень науки, з урахуванням поточного стану промислового виробництва, фахівцями у галузях економіки, технології машинобудування та інших, що мають безпосереднє відношення до управління розвитком індустріальних галузей, повинні бути розроблені шляхи усунення означених причин як на сьогодні, так й у майбутньому. Тільки в такий спосіб можливо розробити дійсно дієві шляхи прогресивного розвитку промислового виробництва в Україні.

А.А.ЛАРИН, канд. техн. наук, НТУ «ХПИ» (г. Харьков)

РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ МЕХАНИЧЕСКИХ КОЛЕБАНИЙ ПОД ВЛИЯНИЕМ АВАРИЙ И КАТАСТРОФ

Важнейшими качествами машин, во многом определяющими их экономическую эффективность, являются прочность и надежность. Уже в 1950-е гг. свыше 80 % аварий машин происходило по причине повышенных вибраций. Несмотря на то, что еще в начале XIX века теория механических колебаний выделилась в самостоятельную науку, она долгое время не находила практического применения и многие расчеты на прочность проводились в статической постановке. Появление прикладной теории колебаний связано с многочисленными авариями и катастрофами, происходившими в конце XIX – начале XX веков. Первыми масштабными задачами, решенными учеными в связи с авариями, стали колебания мостов под действием проходящих с большой скоростью поездов, крутильные колебания паровых валов и изгибные колебания корпусов

кораблей. Большой прогресс теории колебаний также был связан с созданием нового типа двигателей – паровых турбин.

Однако, несмотря на достигнутые успехи, расширение области применения теории колебаний каждый раз происходило либо при проявлении новых колебательных явлений, либо при создании новых видов техники. Так было в авиации (явление флаттера и шимми), двигателестроении (крутильные колебания валопроводов), турбостроении (критические обороты вала). Даже в такой прогрессивной отрасли как ракетостроение, колебания застали конструкторов врасплох. Об этом свидетельствуют аварии, произошедшие при первых пусках боевых баллистических ракет Р-12У (1959) и Р-16 (1961).

Эволюция применения расчетов машин на колебания и развитие их методов демонстрируется в докладе на примере решения проблем тепловозных и танковых силовых установок, созданных на Харьковском заводе транспортного машиностроения им. В. А. Малышева. Исследования их колебаний проводились в Харьковском политехническом институте в 60–80-е гг. прошлого столетия под руководством профессора Л. И. Штейнвольфа.

С.О. МЕНЬШИКОВ , НТУ «ХПИ» (м. Харків)

ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ У ВИРОБНИЦТВО ВИНАХОДІВ ТА ВДОСКОНАЛЕНЬ КАФЕДРИ ТУРБІНОБУДУВАННЯ НТУ «ХПИ» У 1960-ТІ РОКИ

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» має унікальну в своєму роді кафедру – кафедру «Турбінобудування». Створена ще у 1930 році. Одночасно з Харківським турбогенераторним заводом (нині ВАТ «Турбоатом»). Тому кафедра всі роки свого існування, крім підготовки спеціалістів для ХТГЗ, також досить тісно і, найголовніше, продуктивно працювала з заводом над питаннями по вдосконаленню турбоагрегатів.

Розвиток економіки потребує постійного збільшення виробництва електроенергії. Це зростання відбувається не лише введенням нових потужностей, але й вдосконаленням енергетичного обладнання, на сам перед турбін. Підвищення ККД турбіни, чи її надійності навіть на невеликий відсоток у масштабах країни дає величезний економічний ефект.

Зокрема, за 1965–1967 рр. кафедрою турбінобудування впроваджено у виробництво наукові розробки, які дали економічний ефект на суму

9,3 млн. крб. На розробки кафедра витратила 250 тис. крб., тобто економія приблизно у 35 разів перевищує витрати. За 1968 р. економічний ефект проведених робіт склав близько 3 млн. крб., а співвідношення між ефективністю й витратами у той рік склало 12.

Отже, впродовж 1960-х рр. лише економічний ефект від діяльності кафедри турбінобудування, який піддається підрахунку, склав не менше ніж 25 млн. крб. При цьому безпосередньо на дослідні роботи витрачено близько 2 млн. Ще більшу ефективність мало зростання продуктивності турбін, внаслідок підвищення їхньої надійності.

О.О. ПОДГАЄЦЬКИЙ, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

З ІСТОРІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ В УКРАЇНІ

Кібернетика на етапі науково-технічного прогресу здійснила величезний вплив на розвиток інших наук, в тому числі і економічних. Це призвело до усвідомлення гострої необхідності розвитку математичних методів в економічних дослідженнях. Нагальні потреби України в економістах з поглибленою математичною підготовкою та знаннями методів кібернетики засвідчили необхідність створення такого наукового напрямку в економічній теорії. Економічна кібернетика – наука, що вивчає і організовує процеси керування в економічних системах.

Першість у студіях за цим новим напрямом кібернетики належить Київському Інституту кібернетики, що почалися ще на початку 1960–х рр. Розвивати новий напрям покликані були і новостворені кафедри економічної кібернетики, які з'явилися в той час у провідних навчальних закладах України. Перша така кафедра з'явилася у Київському національному університеті ім. Тараса Шевченка ще в 1965 р.

Першочергово розв'язувалися задачі оптимізації завантаження прокатних виробництв та перевезення їхньої продукції до споживачів. У 1965–1970 рр. створювались перші типові автоматизовані системи керування, що сприяли ефективному техніко-економічному плануванню та диспетчеризації виробництва.

Наприкінці 1970–х рр. в Інституті кібернетики створена діалогова система планування економіки «ДІСПЛАН» Ця новітня для того часу технологія призначена для планування в масштабах країни і забезпечувала підготовку реального зведеного плану.

Отже, опираючись на історичний досвід, економічна кібернетика активно використовується в сучасній економіці, розвиваючись за трьома основними напрямками: теорія економічних систем і моделей, теорія економічної інформації та теорія керуючих систем.

В.М. СКЛЯР, докт. іст. наук, **С.С. ТКАЧЕНКО**, канд. іст. наук,
НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ВІКТОР ЛЬВОВИЧ КІРПІЧОВ – ЗАСНОВНИК ХАРКІВСЬКОГО ПРАКТИЧНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО ІНСТИТУТУ

Історичний досвід світової та української вищої освіти засвідчує значення особистості лідера. НТУ «ХПІ» є найстарішим вищим технічним навчальним закладом у Наддніпрянській Україні, бо є прямим спадкоємцем Харківського практичного технологічного інституту (ХПТІ). Становлення ХПТІ пов'язане з іменем професора Віктора Львовича Кірпи́чова.

В його особі органічно поєдналися талант науковця і педагога з природними управлінськими здібностями. За короткий час (1885–1898 рр.) завдяки зусиллям директора В. Л. Кірпи́чова вирішено низку складних завдань.

По-перше, вдалося забезпечити новостворений заклад фаховим професорсько-викладацьким складом: не лише з числа запрошених з Харківського університету, а й залучення до роботи інженерів-практиків, які направлялися за кордон для здобуття наукових ступенів. По-друге, створення за короткий час необхідної матеріально-технічної бази: обладнання фізичної, хімічної та механічної лабораторій, забезпечення науково-технічної бібліотеки наукової літературою. По-третє, зародження наукових напрямів досліджень, які в наступні роки перетворилися на визнані наукові школи, насамперед у галузі механіки та промислової хімії. По-четверте, кваліфікований викладацький склад та достатня матеріально-технічна база стали важливими передумовами для збільшення контингенту студентів у наступні роки.

Таким чином, завдяки плідній діяльності В. Л. Кірпи́чова за короткий термін відбулося становлення ХПТІ. Тому не випадково, першим ректором новоствореного Київського політехнічного інституту призначено В.Л. Кірпи́чова, який мав досвід організації нового навчального закладу технічного спрямування. Уні-

кальність постаті цього видатного науковця і педагога полягає в тому, що він став фундатором двох провідних технічних університетів сучасної України.

О.В. ЦЮНЯК, НТУ «ХПІ» (м. Харків)

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ХАРКІВСЬКОГО ТОВАРИСТВА ДОСЛІДНИКІВ ПРИРОДИ ТА МІСЬКОЇ УПРАВИ МІСТА В ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХІХ – НА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Діяльність товариств Харківського університету в другій половині ХІХ століття сприяла систематизації наукових досліджень, які мали важливе соціально-економічне значення для розвитку Слобідської України. Найбільш плідно працювало Товариство дослідників природи, метою якого став розвиток різних напрямків природознавства. Чільне місце в роботі товариства зайняли дослідження регіонального характеру в галузі геології та мінералогії. Товариство розпочало діяльність у 1869 році. Його першим головою став О. В. Чернай, у 1870–1893 рр. головував І. Ф. Леваковський.

Товариство дослідників природи одержувало кошти з державного казначейства – 2500 р. щорічно, а університет надавав приміщення. Кошторис товариств складався з декількох джерел: сума з державного бюджету; членські внески; добровільні пожертвування; гроші, отримані від продажу друкованих видань товариства; гонорари за читання публічних лекцій, тощо. Геологічні студії проводили: І. Ф. Леваковський, О. В. Гуров, П. П. Пятницький; в галузі мінералогії плідно працював професор О. С. Брію.

У 1871 році Товариство дослідників природи отримало від міської управи 300 крб. на проведення геологічного дослідження Харкова та його околиць. Зокрема, почесний член товариства Є. С. Гордієнко від імені міської управи звернувся з проханням провести дослідження стосовно пошуку «каміння для доріг і будинків, глини для виготовлення черепиці, а також гідравлічного вапна та води для пиття». Харківський міський голова висловив побажання, що діяльність товариства в цьому напрямку буде дійсно сприяти розвитку міста.

Таким чином з одного боку фінансова підтримка товариства з боку міської влади Харкова сприяла розгортанню прикладних досліджень в галузі природознавства. З іншого боку співпраця з міською владою Харкова сприяли економічному розвитку міста.

ЗМІСТ

<i>Секція № 1. Менеджмент підприємств в умовах глобалізації, реструктуризація та розвиток підприємств, податкова складова діяльності підприємств.....</i>	<i>3</i>
<i>Андрякова Т.В., Бринь П.В. Выбор стратегии аутсорсинга.....</i>	<i>3</i>
<i>Бабекіна Т.В. Сутність системи управління якістю на вітчизняних підприємствах.....</i>	<i>4</i>
<i>Гришанова І.Ю., Лінькова О.Ю., Система антикризового управління банківською діяльністю.....</i>	<i>5</i>
<i>Ельникова Л.В., Бринь П.В. Методические основы оценки эффективности бизнес-процессов.....</i>	<i>6</i>
<i>Замула О.В. Роль нематеріальних ресурсів у формуванні економічного потенціалу підприємства.....</i>	<i>7</i>
<i>Кабанець І.А. Проблеми управління виробництвом підприємства при впровадженні інноваційних проектів.....</i>	<i>8</i>
<i>Карнаушенко А. Проблеми іноваційного розвитку в галузі енергетичного машинобудування.....</i>	<i>9</i>
<i>Ключко І.О. Управління економічною безпекою розвитку підприємства.....</i>	<i>10</i>
<i>Корецька О.В. Визначення та класифікація валютних ризиків.....</i>	<i>11</i>
<i>Кратченко А.С. Діагностика стану та визначення перешкод на шляху розвитку машинобудування України.....</i>	<i>12</i>
<i>Кулик А.М. Організація системи оподаткування нерухомості, її розвиток.....</i>	<i>13</i>
<i>Кульбит Ю.В. Аналіз методів підтримки прийняття рішень в корпоративному управлінні.....</i>	<i>14</i>
<i>Курятник Н.О. Особливості формування критеріїв в процесі прийняття управлінських рішень на підприємствах України.....</i>	<i>15</i>
<i>Лінькова О.Ю. Розвиток підприємств машинобудування.....</i>	<i>16</i>
<i>Луговая И.Н., Линькова Е.Ю. Тенденции инновационного развития Украины.....</i>	<i>16</i>
<i>Ольховская О.И., Сериков А.В. Управление эффективностью инвестиций инновационного проекта в гелиоэнергетике</i>	<i>17</i>
<i>Подгорная О.Д., Соколенко В.А. Формирование механизма антикризисного управления в зависимости от стадии кризисного развития предприятия... </i>	<i>18</i>
<i>Прохоренко О.В. Агентська проблема в умовах України.....</i>	<i>20</i>
<i>Рибицька Ю.Л. Аналіз ризиків при інтеграції компаній.....</i>	<i>21</i>
<i>Самофалова М.О. Специфіка наукових підходів до вивчення глобалізації.....</i>	<i>21</i>

Семенюк О.Л. Аналіз поняття «трансфер технологій» з метою виявлення його відмінностей від тотожних економічних понять.....	22
Сєрикова Г.В. Перспективні інноваційні перетворення в підході до виробництва та управління в галузі машинобудування.....	23
Угрімова І.В. Управління реструктуризаційними процесами на промислових підприємствах.....	24
Чубченко Г.В. Переваги та недоліки використання підривних та підтримуючих інновацій на сучасних підприємствах.....	25
Секція № 2. Інвестиційні та інноваційні процеси, управління якістю, управлінські та фінансові аспекти міжнародної конкурентоспроможності продукції та підприємств.....	26
Антоненко М.А. Методика економічної оцінки технологічного оновлення машинобудівного підприємства.....	26
Батеха Ю.Н. Социальный и научно-технический факторы развития, как составляющая институциональных факторов.....	27
Безсонова М.В. Управління зовнішньоторговельними операціями на основі бенчмаркінгу.....	28
Білоцерківський О.Б. Аналіз джерел та форм фінансування інвестиційних проектів з енергозбереження.....	29
Бондаренко Д.А. Проблемы в механизме взаимодействия малых и средний предприятий с государством.....	29
Віхляєва Н.В. Моделі організації ринку електроенергетики.....	30
Волюков В.В., Ларка М.І. Бренд-капітал підприємства як нематеріальне оцінювання бренду з позиції споживачів.....	31
Гаврикова А.О. Повышение общей эффективности теплоснабжения региона на основе введения системы индивидуализации счетов.....	33
Гаврись М.О. Аналіз впливу податкового кодексу на амортизаційну політику вітчизняних підприємств.....	33
Гаврись О.О. Розвиток і взаємодія технологічних укладів.....	34
Гнесіна Н.В., Ларка М.І. Методи оцінювання бізнесових ІТ-компаній.....	35
Гузынина О.С. Использование системы 1с и стандартных механизмов обмена данными для оценки и сравнительной характеристики финансовой деятельности банковских структур.....	38
Гуріненко Н.В. Аналіз фінансової стійкості підприємств машинобудівної галузі.....	39

Домнина И.Ф. Антикризисное управление с помощью логистической модели..	40
Другова О.С. Стратегічне управління конкурентним потенціалом підприємства.....	41
Івахненко А.В. Управління трансфером технологій як складова діяльності міжнародних корпорацій.....	42
Игнатьева Ю.И. Планирование выхода из финансового кризиса.....	43
Ізумнова В.О., Ізумнова В.О. Дослідження енергоефективності в промисловості та ЖКГ Російської Федерації.....	44
Іменинник А.М. Контролінг продуктивності факторів виробництва.....	45
Зубкова А.Б. Інтерналізація економіки: необхідність зміни моделі управління бізнесом.....	49
Кетцле А., Гаврись П.О. Особливості організації комп'ютеризованого обліку на промислових підприємствах.....	50
Клепінін О.А., Гаврись О.А. Розробка стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.....	51
Кобець В.М. Необхідні компетенції для випускників з менеджменту зовнішньоекономічної діяльності.....	52
Ковшик В.І. , Зубкова А.Б. Оцінка ефективності інтернет-реклами для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.....	53
Козенко Н.В., Микитенко В.Ю. Напрямки розвитку сучасного менеджменту в умовах інформаційного суспільства.....	54
Котуха И.А. Проблемы эффективности внешнеэкономической деятельности....	55
Крисенко А.В. Бенчмаркінг як інструмент управління конкурентоспроможністю підприємства-суб'єкта ЗЕД.....	56
Ларка А.М. Бюджетування в процесі управління операційними витратами підприємства.....	57
Ларка М.І., Катков Є.О. Інновації та інтелектуальний капітал – запорука успішної конкурентоспроможності підприємств.....	58
Medinskaya E. Modern methods of analysis of the global markets.....	60
Міщенко В.В. Оцінка конкурентних можливостей підприємства.....	61
Мозенков О.В. Основні засади стратегічного стимулюючого ціноутворення для збільшення інвестицій в українські ТЕЦ.....	62
Носирєв О.О. Інвестиційна привабливість регіонів як фактор інтеграції України до світового господарства.....	63
Omelianenko T. Accounts receivable as an object of management by energy distribution company	64

Павловська А.А. Аутсорсинг як форма управління підприємством.....	65
Петренко М.В. Оцінка фінансового стану – вектор прийняття управлінських рішень.....	66
Радозуз С.А. Управління стійкістю підприємства на основі збалансованої системи показників.....	68
Саєнко М.Є., Міщенко В.А. Розробка механізму стійкого розвитку підприємства – суб'єкта ЗЕД.....	69
Сафонік Н.Є., Гриненко О.М. Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств.....	70
Сінческул І.Л., Ларка М.І. Економічне обґрунтування цільових взаємовідносин з клієнтами.....	72
Сіренко О.М. Побудова системи індикаторів потенціалу ВНЗ.....	72
Сітак І.Л. Методичні підходи до оцінювання економічної стійкості підприємства.....	73
Сметана Ю.А., Данько Т.В. Управління розробкою нового товару для міжнародного ринка.....	74
Смирнов А.С. Особенности кредитования малого бизнеса в Украине.....	75
Стрельченко Н.Д., Жарченко К.Н. Нелегальная миграция капитала из Украины в условиях глобализации экономики.....	76
Троцько Г.С. Роль і місце інформаційних технологій в функціонуванні та управлінні підприємств машинобудування.....	77
Федоренко І.А. Обґрунтування сутнісних засад та комплексу параметрів функціонування і розвитку фармацевтичного ринку в регіоні.....	77
Чайкова О.І. Особливості менеджменту діяльності підприємств в світі.....	78
Ямпольська К.Д. Управління міжнародними маркетинговими комунікаціями інноваційного підприємства.....	79
 Секція № 3. Соціальні процеси на підприємствах.....	 81
Агаларова К.А. Теоретико-методологічні підходи до вивчення політико-ідеологічної ідентичності.....	81
Байдак Т.М., Болотова В.А. Система ценностей и мотивация труда в организациях сферы культуры.....	82
Григор'єва С.В., Козлова О.А. Молодіжне підприємництво як засіб подолання безробіття серед молоді.....	83
Коваль І.Н. Особенности восприятия персоналом театра системы стимулирования: опыт прикладного исследования.....	84

Ляшенко Н.О., Гузьман О.А. Стратегії гендерної поведінки в організації.....	85
Малявин Е.В. Особенности формирования гражданского общества в Украине: основные пути его построения.....	87
Мельник И.В. Актуальность социальной рекламы.....	88
Поступной А.Н. Социальные проблемы реиндустриализации Украины.....	89
Сапна Г-М.М. Професійна орієнтація учнівської молоді як актуальне соціальне завдання.....	90
Решетняк Н.Б., Демченко С.К., Пахай В.А. Соціальний пакет у системі мотивації на підприємстві.....	91
Секція № 4. Економіка України: історичний погляд.....	93
Анненков І.О., Анненкова Н.Г. Промисловий розвиток України в пострадянський період крізь призму кліометричного аналізу структури експортно-імпортного балансу та шлях вирішення проблеми інтенсифікації вітчизняної індустрії з точки зору історії науки і техніки.....	93
Ларин А.А. Развитие теории механических колебаний под влиянием аварий и катастроф.....	96
Меньшиков С.О. Економічний ефект від впровадження у виробництво винаходів та вдосконалень кафедри турбінобудування НТУ «ХП» у 1960-ті роки...	97
Подгаєцький О.О. З історії економічної кібернетики в Україні.....	98
Скляр В.М. , Ткаченко С.С. Віктор Львович Кірпічов – засновник Харківського практичного технологічного інституту.....	99
Цюняк О.В. Взаємозв'язок Харківського товариства дослідників природи та міської управи міста в другій половині XIX – на початку XX століття.....	100

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково–практичної конференції

«Проблеми соціально–економічного розвитку
підприємств»

26–27 жовтня 2011 р.

Наукові редактори проф. В.Я. Міщенко, проф. О.М. Гаврись,

Технічні редактори О.С. Другова, О.С. Курандо

Підп. до друку 30.11.2010 р. Формат 60х84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк.
Гарнітура Таймс. Ум.друк.арк. 4,2. Обл.-вид. арк. 10,1.

Наклад 100 прим. Зам. № 17. Ціна договірна.

Видавничий центр НТУ „ХП».

Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 116 от 10.07.2000 р.

61002, Харків, вул. Фрунзе 21

Друк-ФО_П Воронюк В.В., м. Харків, пл. Руднева, 4
тел. 335-07-66